




TỦ SÁCH CHUYÊN NGHIỆP
KINH DOANH THEO MẠNG

KHOA HỌC VỀ KINH DOANH THEO MẠNG

LÀM CÁCH NÀO ĐỂ XÂY DỰNG MỘT DOANH NGHIỆP TRONG KINH DOANH THEO MẠNG SẢN SINH LỢI NHUẬN

Tác giả: **RANDY GAGE**

Dịch giả: **Cao Thùy Dương**

Biên soạn: **Hoàng Minh Tú**

ĐT: **097 349 22 88**

Email: **ceo.minhtu@gmail.com**

Websites: **http://hoangminhtu.tk/**

Cuốn sách này thực sự đã được thời gian kiểm chứng. Từ đầu cuốn sách này được viết bằng kiến thức rộng lớn về công việc. Cả cuốn thể hiện sự uyên bác thông thái của tác giả, ông khuyên bạn làm thế nào để xây dựng và giữ vững được tổ chức kinh doanh theo mạng lớn mạnh và mang lại nguồn thu nhập cao. Cuốn sách này có gây khó chịu cho mọi người không? Chắc chắn là có. Có nên giới thiệu cuốn sách này cho mọi thành viên của kinh doanh theo mạng không? Còn phải nghi ngờ gì nữa với câu trả lời là: nên!

Vấn đề là ở chỗ đây tác phẩm độc đáo trong số những cuốn sách loại này, tất cả các phần trong sách đều được viết một cách thống nhất, hoàn chỉnh và mỗi phần đều có những giá trị lớn.

Randy đặc biệt chú ý đến từng chi tiết nhỏ nhất của quá trình để dẫn dắt độc giả của mình tới những kết quả khả quan. Lời khuyên nào ông đưa ra cho bạn đều được ông cắt nghĩa từng chữ, giải thích cặn kẽ chi tiết, là, tại sao và làm thế nào mà ông làm được điều đó hoặc đưa ra kết

luận như vậy. Cuốn sách này được đón đọc nồng nhiệt và là cuốn bách khoa toàn thư hiện đại dạy về kinh doanh theo mạng.

Randy Gage, 1997

"Randy đã đặt mọi cái đầu vào đúng chỗ của nó"

Robert Butwin

CEO Results by Design INC

"Cuốn sách này thật uyên bác, giải thích cặn kẽ, dễ hiểu, thật có ích. Nó giúp các thành viên mới chưa có kinh nghiệm trong kinh doanh theo mạng tạo dựng cho mình sự nghiệp kinh doanh hằng mơ ước

ChUck Branham

Distributor Diamond, thành viên hiệp hội

Chủ tịch tập đoàn NIKKEN INC

"Đọc xong cuốn sách này, bất cứ ai cũng có thể thành đạt nhờ kinh doanh theo mạng. Nó thật dễ hiểu và từng bước không ngừng dẫn ta tới đích. Cảm ơn Randy!!"

Lisa Waddington

Diamond Executive

Jewel Way international

"Randy đã khai sáng trí tuệ cho mọi người bởi chương" Lựa chọn Công ty phù hợp như thế nào"

Chuck Hackaby

Nhà xuất bản Profit now

"Thế chứ! Ngành công nghiệp kinh doanh theo mạng đã nóng lòng chờ đợi sự ra đời cuốn sách này trong suốt ba thập niên. Randy chỉ đơn giản là kể những gì đã diễn ra. Nó chứa đựng biết bao nhiêu kiến thức, nhiệt huyết, sự hài hước và tình hình đời sống hiện thực, nó giúp bạn kiếm

được bạc triệu!”

Craig W. Roggow

Nhân viên Chief Operations

Oxyfresh Worldwide INC

“Có rất nhiều cuốn sách hay viết về kinh doanh theo mạng, nhưng cuốn sách của Randy vượt trội hơn hẳn. Nếu bạn có ý định kiếm lợi nhuận thực sự nghiêm túc, bạn không những phải đọc cuốn sách này mà còn phải làm như sách dạy”

Shirley Benton

Ruby Director tập đoàn USANA

“Nếu bạn tin rằng, bạn có thể trở thành người đỡ đầu cho 1000 người khác và giàu có bằng cách gửi các tấm thiếp qua bưu điện, thì đừng mua cuốn sách này! Randy Gage kể về tất cả những điều đó đã diễn ra như thế nào trên thực

tế! hãy mua cuốn sách này nếu bạn cần một tấm bản đồ đơn giản mà từng bước từng bước đưa bạn đến thành công trong MLM! Sau đó hãy mua cuốn sách đó cho những người mà bạn đỡ đầu"

Beth Royall

Giám đốc Marketing Biogime International, INC

"Cuốn sách giáo khoa tổng hợp phục vụ cho xây dựng mạng lưới lớn. Tất cả các nguyên tắc và phương thức để đạt thành công đều cần thiết cho bạn. Tại sao lại không sử dụng chúng bây giờ? Bằng cách này bạn có thể tiết kiệm nhiều tháng năm của cuộc đời mình và thậm chí cả cuộc đời bằng cách cảnh báo mình về những sai lầm và những cuộc tìm kiếm vô ích. Hãy đọc cuốn sách này. Không, không phải chỉ đơn giản là đọc nó. Hãy ngẫm nghĩ về nó, hãy cứ để nó trở thành một phần sức mạnh tinh thần của bạn"

Robert Natiuk

Quản trị tập đoàn Harmony Media

"Mặc dù có nhiều năm kinh nghiệm bán hàng và tuyển nhân viên, tôi đã học được một số ý tưởng mới mà nhất định tôi sẽ áp dụng vào thực tế"

Roscone Bunn

Trưởng phòng kinh doanh Avon

"Randy đã kể rất đúng về ngành công nghiệp kinh doanh của chúng ta. Phương thức tiếp cận trung thực của ông đã lý giải tính đúng đắn và sáng suốt trong những lời khuyên ông đưa ra và những lời cảnh báo của ông. Nhờ tính hàm súc cô đọng và sự mộc mạc giản dị của mình cuốn sách này đã chiếm được vị trí tốt nhất trong số các vị trí tốt. Tôi thực lòng giới thiệu nó cho các phân phối viên mới cũng như các phân phối viên có "thâm niên công tác" mà chưa thành đạt trong ngành công nghiệp này".

Lindia Storey

Giám đốc điều hành Royal Body Care

"Randy Gage có một linh cảm tinh tế và sự hiểu biết uyên thâm về khái niệm KDM. Sự lý giải của ông về tính tinh xảo của ngành công nghiệp này, về sản phẩm và đặc biệt về các sos7 đồ kinh doanh khác nhau, theo tôi thật sắc bén và xác đáng"

Lenny Olson

CEO Team Up Internatinal

"Cuốn sách này đã bổ sung một cách hoàn hảo cho seri những ghi chép về 100000 đô la. Randy đã chia sẽ những bí quyết đơn giản mà những siêu sao từng sử dụng. Đây là cuốn sách gối đầu giường cho mỗi thành viên trong mạng lưới kinh doanh của bạn"

Donna Davis

Thành viên Mannatech Advisory Council

Lãnh đạo hội chủ tịch tập đoàn
Mannatech Tám sao

"Tôi, với tư cách là chủ tịch hội đồng quản trị của một Công ty mới, cho rằng, cuốn sách của Randy là Kinh thánh thành công trong kinh doanh theo mạng. Tôi sẽ mua cuốn sách này phát cho mỗi thành viên tham gia cộng tác với Công ty của chúng tôi".

Robert K. Whyte

Chủ tịch và CEO Lancie Cosmetics

"Một công trình vĩ đại! Một cuốn sách giáo khoa hoàn chỉnh và hướng dẫn cho mỗi thành viên trong ngành công nghiệp kinh doanh theo mạng".

Penny Loppnow

Chủ tịch tập đàn New Revolution, INC

"Tuyệt vời làm sao! Đây là nguồn thông tin cung cấp câu trả lời cho bất kỳ những thắc mắc nào về kinh doanh theo mạng"

Andi Loppnow

Phó chủ tịch tập đoàn New Revolution, INC

"Xây dựng cơ chế tiền tệ đa cấp như thế nào" đây là một công trình khoa học vĩ đại với các ví dụ chân thực không hề khuyếch tướng, phóng đại. Những ai đọc cuốn sách này và vận dụng cho dù chỉ là 10% ý tưởng trong đó đều sẽ trở thành những nhà hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh theo mạng rất thành đạt"

Kirn Loppnow

Chủ tịch tập đoàn New Revolution, INC

"Nếu cuộc sống của bạn không như bạn mong muốn và bạn khao khát được cống hiến hết mình từ 7 đến 10 giờ trong một tuần cho kinh doanh theo mạng, thì khi đó……………cuốn sách này sẽ là của bạn!

Terry và Carolin Porter

Hai lần là Diamond của Cell Tech

"Phải thế chứ! Thông tin chân thực không một chút phóng đại. Sự thật về sự ra đời, phát triển của mạng lưới và ở những người kiếm tiền nuôi sống bản thân mình nhờ ngành công nghiệp tiên tiến này. Randy cho thấy những điểu cần thiết phải làm để tránh những thất bại và tiến tới thành công trong MLM. Ở đây không có lý thuyết suông như những cuốn sách giáo khoa bình thường khác. Cuốn sách này là công thức đáng tin cậy và đã được kiểm chứng mà bất kỳ một cộng tác viên mới nào bắt đầu sự nghiệp kinh doanh của mình từ con số không cũng đều có thể sử dụng để tạo dựng nguồn thu nhập vững chắc trong kinh doanh theo mạng!!!"

Joshua D. Shafran

International Heritage, INC

"Thậm chí ngay cả những thành công bền vững và lâu dài nhất cuối cùng vẫn sẽ cần được củng cố nhờ các nguyên tắc đơn giản nhưng

chính xác của randy"

Buzz Brescoll

Hai lần là Diamind của Cell Tech

"Nếu mục đích của bạn là đạt được đỉnh cao trong kinh doanh MLM thì bạn cần phải nghiền ngẫm suy nghĩ từng từ trong cuốn sách này khi đọc nó và đọc đi đọc lại nó nhiều lần"

Jan Ruhe

Thợ cả dày dặn kinh nghiệm MLM

"Những ý tưởng của cuốn sách này, năm ngoái đã giúp chúng tôi kiếm được thêm 300. 000 đô la mà chẳng cần đến sự hỗ trợ của ai cả. Chúng tôi cho rằng, cuốn sách này chỉ dẫn một cách tỉ mỉ, rõ ràng cho những ai mong muốn, con đường dẫn đến độc lập về tài chính và phong cách sống mà mình hằng ước mơ"

Gary và Vicki Morgan

Diamond Directors Envion

"Tôi thực sự cho rằng, chẳng cần có thêm cuốn sách nào khác giảng giải về cách xây dựng tổ chức trong kinh doanh theo mạng………. Vậng, tôi đã sai lầm. Nếu bạn thực sự cần một sự thật trong sáng thuần khiết về ngành công nghiệp này và cách tiếp cận nhất quán để tạo dựng thành công lâu dài thì bạn cần phải đọc cuốn sách này".

Cindy Anderson

Phó chủ tịch Executive Envion

"Liệu có ai, ngoài Randy Gage, có đủ tâm huyết và lòng nhiệt tình để viết về "Xây dựng cơ chế tiền tệ đa cấp như thế nào" và trong khuôn khổ một cuốn sách đã nêu được, phải làm điều đó như thế nào? Chỉ có randy mới làm được điều đó cho dù thật nhiều khó khăn. Thực tế, đây là cuốn sách tuyệt vời của một trong không nhiều những nghệ nhân lành nghề thật sự của kinh doanh theo mạng"

John Milton Fogg

Biên tập viên báo Upline

Cuốn sách này viết dành cho nhiều người. Trước hết, nó phải dành cho những người bạn của tôi, những người đã từng chế nhạo tôi, những người đã mỉa mai tôi và nói rằng, kinh doanh theo mạng chẳng thể kiếm ra một xu nào. Nhưng chính những điệu cười chế nhạo đó đã thôi thúc tôi đi đến quyết định chắc chắn, bắt nó phải kiếm ra tiền! Và thế là nó đã làm ra được tiền.

Thứ hai, cuốn sách này viết dành cho mẹ tôi – bà Key. Người đã nhìn thấy ở tôi những tố chất mà chỉ có người mẹ mới có thể thấy được và không bao giờ bà quay lưng lại với tôi. Thậm chí ngay cả khi tôi quá là ích kỷ, ngu ngốc và dốt nát để nhận thức được điều đó.

Thứ ba, cuốn sách này dành cho những người đỡ đầu của tôi (của mỗi chương trình mà tôi tham gia vào) và cũng cho tất cả những ai ở các tầng cao hơn mà ủng hộ họ. Bạn biết là tôi đang ngụ ý nói đến ai. Mỗi người trong số các bạn đều đã giúp đỡ tôi hình thành và học hỏi được những điều khôn ngoan. Chỉ nhờ những khát khao mong

muốn kiên trì, bền bỉ của các bạn là biến ước mơ thành hiện thực, tôi mới có thể đạt được mục đích của mình. Đặc biệt, nhờ Jim Caplinides đến từ thành phố Role thuộc bang Bắc Carolina, người đầu tiên vẽ ra trước mắt tôi những vòng tròn mê đắm này. Bạn đã đốt lên trong tôi ngọn lửa bất diệt không bao giờ tắt. Và bằng cách, cuộc sống của tôi và cuôc sống của hàng trăm nghìn người khác ngày một khấm khá hơn lên.

Và cuối cùng, điều chủ yếu nhất là cuốn sách này dành cho bạn – độc giả ạ. Bạn là sức mạnh hiện thời làm biến đổi giới kinh doanh. Những người biết mơ mộng và những người biết tưởng tượng làm cho nó phong phú thêm. Đừng bao giờ quên rằng điều bạn làm giúp đỡ cho người khác. Điều đó quên rằng điều bạn đang làm giúp đỡ cho người khác. Điều đó rất quan trọng. Đừng bao giờ cấm đoán mơ ước, vì chẳng đáng sống làm gì trên thế giới khi không còn có những người hay mơ ước!

LỜI CẢM ƠN

Tôi chân thành muốn bày tỏ lòng cảm ơn của mình tới tất cả những người đã giúp tôi sửa bản in để thể hiện chính xác hơn ý tưởng của cuốn sách. Hơn tất cả tôi xin cảm ơn: Charley và Linn Benevento, Shirley Benton, Charles và Claudia Brangham, Buzz Bresscoll, Richard Brucj, Roscoe Bunn, Robert và Bonny Butwin, John Fogg, Matt Freese Govard, Chuck Huckaby, John Caench, Susann Kemp, Kim Loppnow, Gari và Vicki Morgan, Robert Natiuk, Lenny Olson, Terri và Carolin Porter, Linda Pdig, Crtaig Roggow, Beth Royall, Jan Steve Spalding, Lens và Lindia Storey, Lisa và Charley Waddington và Robert Whyte. Tôi muốn nói riêng đến Bill Gow, người đã nói với tôi rằng, nếu tôi không nhắc đến anh ta trong cuốn sách này thì giữa chúng tôi mọi chuyện sẽ kết thúc.

Tôi cũng cảm ơn Cindy Anderson, người biên tập cuốn sách này và chịu trách nhiệm về việc soát các lỗi trong bản thảo của tôi và làm cho

nó gần gũi dễ hiểu hơn với bạn đọc.

Tôi muốn bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc của mình đến Lornetta Brony tuyệt vời, người mà đã không mệt mỏi sửa lỗi và in lại bản thảo của tôi. Tôi muốn cảm ơn Paul Tob, người chịu trách nhiệm về hình ảnh minh họa và trang trí nghệ thuật cho cuốn sách này. Và tất nhiên, sẽ không làm được gì nếu không có sự giúp đỡ của Sherry Picock Cook, người giúp đỡ chỉ đạo mọi công việc. Tôi mang ơn những người này vì không có họ cuốn sách này sẽ không được hoàn hảo như vậy.

LỜI NÓI ĐẦU

Từ kinh nghiệm riêng của cá nhân tôi biết rằng, mỗi người trong chúng ta đã từng vài lần tiếp cận với "Cơ hội Thuận lợi cho cuộc sống của mình". Tuy nhiên đa phần mọi người lại chưa bao giờ sử dụng nó. Tại sao? Có rất nhiều nguyên nhân, phần lớn trong số chúng có liên quan đến nhau.

Giống như phần lớn những người khác, tôi cũng đã từ chối những cơ hội tuyệt vời của cuộc đời mình, những cơ hội mở ra trước mắt tôi, ngoại trừ một cơ hội, đó là kinh doanh theo mạng. Dường như có một cái gì đó "xuyên" thẳng vào trí óc tôi. Tôi là một trong những người nhìn thấy những cái vòng tròn vĩ đại này và đã bị cuốn hút bởi những khả năng của nó.

Trí óc tôi đã rất tán thành tư duy logic hoàn hảo của sự tăng trưởng hiển thị và tâm hồn tôi đã hoàn toàn nhận thức được tất cả sức mạnh của ước mơ hoài bão, và đồng thời tôi cảm thấy khoan

khoái khi nghĩ tới những khả năng của ước mơ đó. Tôi đã có một mơ ước và một nghị lực phi thường để thực hiện nó, còn kinh doanh theo mạng là một cơ chế lý tưởng, nhờ đó tôi có thể biến những ước mơ của mình thành hiện thực. Giữa tôi và sự giàu có còn bao nhiêu ngày đó……

Tôi không biết chính xác là bao nhiêu ngày, trong vòng 5 năm tôi chỉ biết tiêu tiền và làm việc cho hết Công ty này đến Công ty khác. Và cuối cùng tôi hiểu ra một điều rằng, có thể đạt được thành công nhờ kinh doanh theo mạng……….. Và, tất nhiên là không thể không có sự hỗ trợ của một hệ thống xác định.

Tôi bắt đầu lao vào nghiên cứu, tìm hiểu những gì đã có thể làm được, những gì chưa làm được và phân tích hoạt động của những người đã thành đạt trong một thời gian dài. Tôi rất tò mò quan tâm xem họ đang làm gì và tại sao. Tôi khám phá cho mình những bí quyết, những buổi giới thiệu đầy hiệu quả, tôi phân tích xem, cái gì thúc đẩy những con người đầy tiềm năng và triển vọng liên kết với nhau……Và tôi bắt đầu vẽ phác

thảo sơ bộ như thế, và chính không bản phác họa sơ bộ đó tạo thành một hệ thống mà tôi đang giảng dạy ngày hôm nay. Có thế tôi mới bắt đầu gặt hái được một số thành công. Nhưng đối với tôi điều đó vẫn chưa đủ.

Vào thời đểim khi mà tôi đã biết cách tiến hành các cuộc gặp mặt, tổ chức các buổi giới thiệu và đỡ đầu cho khối lượng tương đối lớn các cộng tác viên, thì phần lớn các nhà phân phối trong mạng lưới của tôi vẫn chưa làm được điều đó. Số lượng người tôi đỡ đầu càng đông bao nhiêu, thì dường như họ càng bỏ đi nhanh chóng bấy nhiêu. Những gì tôi làm lúc đó cũng đã thành công nhưng vẫn chưa có sự sao chép. Sau đó tôi nhận thức được rằng những thành công mà không có sự sao chép là sự thất bại được che đậy khá khéo léo trong tương lai không xa.

Tôi trở lại hệ thống của mình và điều chỉnh lại nó, tôi làm cho nó đơn giản hơn, dễ dàng hơn để sao chép. Và nó không chỉ kiếm ra tiền mà còn được người khác sao chép. Đây là hệ thống được hoàn thiện thường xuyên, hệ thống này đã giúp đỡ

hàng nghìn người trên toàn thế giới đạt thành công lớn trong kinh doanh theo mạng. Đây là hệ thống mà tôi chia sẻ với bạn thông qua cuốn sách này.

CUỐN SÁCH NÀY CÓ THỂ GIÚP ĐƯỢC GÌ CHO BẠN……….

Cuốn sách này giúp bạn tránh được những thất vọng và những thất bại mà tôi đã gặp. Đi theo con đường tiến tới thành công của tôi, bạn có thể tiết kiệm được nhiều năm và xây dựng cho mình mạng lưới nhanh hơn rất nhiều. Bạn sẽ học được cách bảo đảm cho mình sự bổ sung những người có triển vọng một cách ổn định, và cống hiến mình cho họ để họ có những ấn tượng khó quên. Bạn sẽ hiểu ra làm thế nào để học được cách phân chia mọi người ra thành những nhóm mà bạn có thể ngay lập tức trở thành người đỡ đầu của họ và thành những nhóm mà trước tiên bạn cần phải bắt thân với họ đã.

Khi đã nghiên cứu sâu về việc đỡ đầu, bạn sẽ học được cách làm sao có thể điều khiển và trợ giúp cho sự tăng trưởng của mạng lưới lớn, phải phân chia một cách hợp lý như thế nào, tổ chức các thủ lĩnh và khuyên họ ra làm sao. Nhưng điều chủ yếu nhất bạn sẽ hiểu một cách chân lý cơ

bản và tuyệt đối của kinh doanh theo mạng, đó là: không phải là bạn tạo điều kiện phát triển cho những cộng tác viên của bạn……còn họ lại tạo điều kiện cho nhóm của bạn phát triển.

Chính cuốn sách này sẽ dạy bạn phải làm điều đó như thế nào. Và bạn sẽ hiểu rằng, cuốn sách của tôi – đó không đơn tuần là một tiếng gọi thôi thúc hay vài ba câu chuyện nhảm nhí mua vui. Tôi tin rằng nếu bạn có thể bằng khả năng chuyên môn của mình chứng tỏ cho mọi người thấy, làm thế nào để đạt được mục đích mong muốn của mình, thì chính họ sẽ trở thành sức mạnh tỉnh bản thân.

Sau khi đọc xong cuốn sách này, bạn sẽ:

1. Có quan niệm đúng đắn và thực tế về kinh doanh

2. Biết được rằng bạn sẽ thực sự làm được điều đó

3. Có kế hoạch thực hiện một cách cụ thể

và nhất quán

Tôi huy vọng rằng bạn sẽ làm được như một nhà kinh doanh chuyên nghiệp và cùng tôi tham gia vào sứ mệnh -đó là nâng cao tiêu chuẩn của nghề này.

Khác với nước Mỹ tập đoàn với các quan hệ kiểu “kẻ nào nuốt kẻ nào”, kinh doanh theo mạng đưa ra cho bạn khả năng thức tỉnh và những năng lực tài năng thiên bẩm vốn có của những người do bạn dỡ đầu. Thành công trong hình thức kinh doanh này mang lại khả năng phát triển tài chính, tinh thần, trí tuệ và tâm hồn, trong quá trình hợp tác cụ thể với người khác.

Trong cuốn sách này bạn sẽ không tìm thấy những kịch bản cứng nhắc những kỹ thuật hạn chế, thậm chí không có cả một chút lắt léo và chiến lược nhân tạo nào. Tuy nhiên nhiều người trong doanh nghiệp của chúng ta lại giảng dạy chính những phương thức này – đây không phải cái có thể giúp ta đạt đến tột đỉnh trong kinh doanh. Kinh doanh theo mạng một cách chân chính

đã là việc sáng lập ra nền văn hoá của lòng trung thực, và kết quả là việc giảng dạy các nguyên tắc và chuyên môn nghề nghiệp, mà nó liên quan chặt chẽ với nhau trong quá trình phát triển nhân cách. Thành công của bạn không phụ thuộc vào sự thay đổi của người khác mà phụ thuộc vào sự thay đổi của chính bản thân mình.

Nếu bạn theo tiếng gọi này mà tiến tới thay đổi và phát triển, bạn sẽ lôi cuốn những người khác, người người cùng chung một ước mơ với bạn và sẽ noi theo gương của bạn. Bạn sẽ dẫn dắt họ theo mình một thời gian nào đó, còn khi chính họ đã trở thành những thủ lĩnh, bạn để họ lại đó và lại bắt đầu quá trình từ đầu. Bạn cảm thấy tự nào, vui sướng và cảm thấy mình tích lũy được kinh nghiệm. Bạn sẽ hiểu rằng những gì bạn đang làm là có ý nghĩa, và rằng xã hội của bạn trở nên tốt đẹp hơn nhờ có sự đóng góp của bạn.

Quá trình xây dựng mạng lưới phát triển rộng lớn là công việc hoàn toàn không dễ dàng và cũng không thể dễ dàng được. Tuy nhiên, điều đó

lại đơn giản. Nếu bạn kiên trì, tự tin lâu dài và có ý nghĩa to lớn trong kinh doanh theo mạng. Trong cuốn sách này tôi sẽ thay thế người đỡ đầu của bạn, sẽ dạy bạn, định hương cho bạn và thắp lên trong bạn ngọn lửa nhiệt tình, nghị lực cho lợi ích của bạn.

Việc đầu tiên là tôi khuyên bạn đọc cuốn sách này một cách trọn vẹn. Sau đó hãy sử dụng nó như một cuốn sách giáo khoa, để hồi lại ký ức hoặc nâng cao trình độ tay nghề thực hành của bạn. Tôi nghĩ rằng việc tạo lập ra mạng lưới kinh doanh và công việc trong mạng lưới này là công việc bổ ích nhất trong các công việc mà bạn đã từng tham gia vào. Trên đường tiến tới mục đích của mình bạn sẽ thường xuyên gặp phải khó khăn. Hãy tập trung vào, hãy làm theo hệ thống và hãy trung thực với lòng mình, bạn sẽ đạt được thành công mà bạn đang dày công tìm kiếm. Đừng bao giờ bỏ cuộc vì công việc bạn đang làm rất quan trọng.

Nếu bạn quyết định thực hiện cuộc hành trình này, bạn sẽ bước vào một quá trình làm bạn

thay đổi……………Và khi đó bạn cũng có thể thay đổi điều gì đó. Hãy tận dụng khả năng này!

Randy Gage. Kee West

Flotida, tháng Tám, 1997

CHƯƠNG I

ĐIỀU KIỆN TIÊN QUYẾT CHO THẮNG LỢI CỦA BẠN

Trong bất cứ một giai tầng nào của xã hội cũng có một số người ngừng làm việc ở độ tuổi còn trẻ và sống giàu có, thảnh thơi. Một số người bảo đảm cho mình cuộc sống đầy đủ về gia đình bằng những năm tháng lao động vất vả. Phần lớn lại là những người "cày cuốc" 45 năm trời, tham gia vào những cuộc "chạy nước rút" để tich góp cho những năm tháng dưỡng già "vàng ngọc" của mình.

Có điều gì khác biệt giữa những người đã nói ở trên? Những người mà chúng tôi nêu ra đầu tiên có những bí quyết gì? Họ đã làm như thế nào để trở nên giàu có một cách nhanh chóng như thế? Chúng ta phải làm gì để có thể đứng chung trong một hàng ngũ với họ? Một câu hỏi đầy hấp dẫn…

Có một điều tôi có thể khẳng định chắc

chắn rằng, tôi không chỉ thuộc về nhóm người thứ nhất, mà còn đã giúp cho hàng ngàn người khác thành đạt như họ.

Tuy nhiên bạn đừng nhầm lẫn…..

Tôi không phải là người quản lý đặc biệt hay thương gia với quy mô lớn hay trùm tư bất cộng sản. Trong một thời gian ngắn những người này có thể tích lũy được cho mình một tài sản tương đối lớn, tuy vậy họ không thể "về hưu" sớm, và càng không thể sống thảnh thơi. Và cho dù họ có là những người chiến thắng trong các cuộc "chuột chạy nước rút" đi chăng nữa thì cuộc sống của họ vẫn chỉ là cuộc sống của "chuột"

Nhóm người, trong đó có tôi, là thế hệ của những ông chủ, những người đã tạo lập ra nguồn thu nhập bền vững. Những người này đã xây dựng lên cơ chế tiền tệ đa cấp, cơ chế mã đã liên tiếp mang lại cho họ những món thù lao đáng kể. Khoản thu nhập này không hề phụ thuộc vào việc là họ đang làm việc hay đang thư thái nghỉ ngơi trên bãi biển vùng nhiệt đới, vùi chân trong cát và

thảnh thơi uống nước dừa.

Việc phân tích những người này đã đạt được thành quả đó như thế nào thực sự hấp dẫn. Hẳn các bạn sẽ nghỉ rằng họ được đạt được vị thế như hôm nay là nhờ trình độ học vấn cao, nhưng trong những trường hợp đã đưa ra thì hoàn toàn không phải thế. Nhiều thành viên của nhóm này chỉ có trình độ cấp trung học phổ thông (như tôi). Trong lúc đó có những người có trong tay vài tấm bằng đại học vẫn mà thất nghiệp.

Mặc dù những người trong nhóm của tôi, để đạt được thành công này đã phải làm việc cật lực, nhưng đó vẫn chưa phải là nhân tố quyết định. Trên thực tế, tuy không tiện nói ra, nhưng phần lớn mọi người đều làm việc vất vả nặng nhọc hơn tôi và những người trong nhóm chúng tôi, tất tiên vẫn không có thu nhập cao hơn chúng tôi.

Người thợ cơ khí khuyên bảo dưỡng xa cho tôi, người chăm sóc vườn cỏ cho tôi, nhân viên xoa bóp của tôi hay cô phục vụ trong nhà hàng mà

tôi hay lui tới – tất cả họ đều có công việc nặng nhọc hơn tôi, tuy vậy không ai trong số họ giàu có lên nhờ nghề nghiệp của mình cho dù họ làm việc vô cùng vất vả. Hơn thế nữa, không một ai trong số họ có khả năng được sớm rảnh rang vui thú tuổi già.

Những người này và hàng triệu những người lao động như họ đang là nô lệ cho cơ chế hoạt động sai lệch của hệ thống kinh tế. Công việc của họ được ví như một cái bẫy mà trong cái bẫy đó họ phải đánh đuổi thời gian của mình để lấy tiền bạc. Để càng nhận được nhiều tiền họ càng phải làm việc mệt nhọc hơn, lâu hơn. Phần lớn họ bị mắc kẹt ở nơi mà họ làm công ăn lương hoặc làm việc không có phụ cấp ngoài giờ, vì vậy không một công việc nào mang đến cho họ cơ hội đổi nhiều thời gian hơn để lấy một khoản thù lao lớn hơn. Kết quả là họ phải bắt buộc vợ (hoặc chồng) hoặc người cộng tác của mình làm việc, tuy nhiên điều đó vẫn chưa đủ…

Như vậy, họ đôi khi cả vợ hoặc chồng họ tìm thêm cho mình một công việc khác. Kết cục,

những gia đình có ba bốn nguồn thu nhập phải lủi thủi tận dụng mọi khả năng đổi thời gian để lấy được nhiều tiền hơn.

Cũng bằng cách đó, chẳng có ai nuôi dạy con cái cả. Bọn trẻ học hành nhờ các phương tiện kinh tế nghe nhìn. Chúng cần bố mẹ thì các ông bố bà mẹ của chúng tôi lại không có nhà. Họ đang vùi đầu vào những công việc, cố gắng kiếm thật nhiều tiền để đáp ứngn hu cầu ngày càng cao của con cái mình. Đó là một cái vòng luẩn quẩn.

Và thật là ngu ngốc …

Vì khi tham gia vào trò chơi "tôi đổi thời gian lấy tiền" bạn sẽ không bao giờ thực sự thỏa mãn được nhu cầu tài chính của mình. Những người trong giới của tôi rút ra cho mình những kinh nghiệm rằng, để đạt được sự độc lập trăm phần trăm về kinh tế cần phải áp dụng hai nguyên tắc cơ bản sau cho sự phát đạt của mình:

1. Bạn cần phải sử dụng "nguyên tắc đòn bẩy" để tránh tình trạng tiến thoái lưỡng nan của

việc phải đổi thời gian lấy tiền bạc.

2. Buổi sáng khi tỉnh dậy bạn phải soi gương và thử hình dung rằng, bạn đang nói chuyện với thủ trưởng.

Khi bạn nắm bắt được hai nguyên tắc này và tích cực vận dụng chúng vào cuộc sống của mình thì sự thành công của bạn chắc chắn sẽ được bảo đảm.

Bạn sẽ được nghiên cứu kỹ càng, chi tiết những nguyên tắc đó trong cuốn sách này. Bạn sẽ hiểu rằng cả hai nguyên tắc này là nền tảng cho thời cơ của kinh doanh theo mạng. Khi bạn bắt tay vào làm một cái gì đó, hãy sử dụng "đòn bẩy", tức là mục đích của những người có mong muốn như bạn: chắc chắn sẽ có hiệu quả. Sự nỗ lực chung thường có sức mạnh lớn hơn cả về công việc của những người riêng lẻ. Nếu như tất cả đều diễn ra đúng theo trình tự thì Cơ chế sinh lợi nhuận đa cấp tự thân nó sẽ đến.

Và bạn có thể điều khiển được nó …….

Để được như vậy bạn phải làm hai việc. Thứ nhất, trong một tuần phải cho phép mình nghỉ ngơi một ngày, cởi bỏ chiếc áo khoác của kẻ nô lệ cho công việc của thời hiện đại. Bạn phải làm chủ số phận của mình. Thứ hai, bạn phải tham gia vào một Công ty kinh doanh theo mạng có tên tuổi, uy tín.

Kinh doanh theo mạng (hay còn gọi là kinh doanh đa cấp hoặc viết tắt là MLM) là một trong kinh doanh công nghiệp có triển vọng trên thế giới.

Dân chúng của 50 bang ở Mỹ và 75 nước trên thế giới đang đi theo ngành kinh doanh này. Hàng triệu phân phối viên độc lập tham gia hàng năm vào một hệ thống có doanh số từ 60 đến 80 tỉ đô-la. Kinh doanh theo mạng vận dụng ba bí quyết thành công của J. Pole Getti:

(1) Hãy sử dụng sản phẩm cần thiết cho mỗi người

(2) Hãy tạo ra các bản sao của mình.

(3) Hãy trở thành một nhà doanh nghiệp độc lập.

Bạn nhúng tay vào kinh doanh theo mạng để làm gì?

Có bao nhiêu nhà phân phối viên thì có bất nhiêu câu trả lời cho câu hỏi này. Nhưng thường thì những câu trả lời đều có liên quan đến phong cách sống mà kinh doanh theo mạng có thể đem lại cho bạn. Tính ưu việt của hình thức kinh doanh nào thể hiện như sau:

- Lựa chọn đối tác

- Khởi nghiệp kinh doanh với số vốn ít ỏi

- Công việc tại nhà

- Tự lựa họn thời gian khi bạn muốn làm việc

- Làm quen với những sản phẩm độc đáo, mới lạ không ở đâu có

- Nhiều lợi thế lớn về thuế

- Thỏa mãn khả năng thu lợi nhuận một cách không giới hạn.

- Cơ hội tạo ra cho mình những thành tựu xuất sắc, cổ vũ tinh thần cho thành công của đồng nghiệp.

Rõ ràng, tất cả những ưu thế này có nghĩa là không phụ thuộc vào những cuộc "chuột chạy nước rút". Những ưu việt mà chúng tôi vừa nói ở trên không ở đâu khác có. Trong khi đó cũng có nhiều người coi việc cần thiết phải làm việc cho ai đó là chuẩn mực, nhưng họ thật sai lầm khi tin rằng công việc của họ sẽ mang đến cho họ những lợi nhuận tương tự.

Là cựu chủ tịch Phòng thương mại và là người đứng đầu mười doanh nghiệp vừa và nhỏ, tôi có thể khẳng định rằng, các nhà quản lý của các doanh nghiệp kinh doanh theo hình thức truyền thống bị hạn chế hơn những công nhân làm thuê! Liên tục phải thay đổi nhân sự, quyết toàn

về hàng hoá, lượng đầu tư khổng lồ, các công lệnh của chính phủ, các đối thủ cạnh tranh……. làm cho tôi phải thường xuyên làm việc nhiều hơn các nhân viên của tôi, và thu nhập nhiều khi còn ít hơn họ.

Con người đã quá mệt mỏi về cái vòng xoáy vô tận của các công cuộc đổi mới, cải tiến, của việc mua bán tín dụng, và nợ nần, lo sa thải và lo đi tìm việc. Ngày nay chúng ta đang đi tìm cho mình một công việc hấp dẫn có thu nhập cao, mang lại cho ta tiền thù lao, một môi trường làm việc thoải mái giữa những cộng sự dễ gần.

Kinh doanh theo mạng sẽ giúp bạn làm điều đó ……….

Bởi vì, khác với các cuộc "chuột chạy nước rút" có tính tập thể khác, trong mạng lưới này bạn sẽ không bao giờ len lách lên trước được nhờ sự ăn thua với người khác. Con đường đến với sự thành công chỉ có thể mở ra khi giúp đỡ người khác. Nếu không giúp đỡ người khác đạt được thành công thì chính bạn cũng không tới được cái

đích này. Trên thực tế, đúng là bạn càng giúp được nhiều người bao nhiêu thì bạn càng thành đạt bấy nhiêu.

Nếu như bạn đang tìm cách làm thế nào để nhanh chóng trở nên giàu có………thì kinh doanh theo mạng không phải dành cho bạn đâu.

Tuy nhiên nếu bạn sẵn sàng làm việc vất vả và cật lực trong thời gian từ 2 đến 4 năm để đáp ứng được nhu cầu về tài chính cho cả cuộc đời thì đây đích thực là công việc của bạn. Nếu bạn là sinh viên hay bà mẹ phải ở nhà trông con nhỏ thì ngày làm việc không ấn định giờ là cơ hội tuyệt vời, thậm chí nếu bạn chỉ có vài trăm đô la cho việc này. Như vậy, bạn đang ở đúng chỗ và đúng lúc.

Kinh doanh theo mạng xuất hiện trong hệ thống kinh doanh tự do như một cơ hội hiện thực cuối cùng cho mỗi con người bình thường mặc dù họ không có vốn lớn, nhưng lại mơ ước trở thành người độc lập về tài chính. Giúp đỡ người khác là

tự giúp đỡ mình.

Tất nhiên, khi vợ của một người chủ trang trại, một vị bộ trưởng hay một nhà giáo về hưu có thu nhập là hàng chục – hàng trăm ngàn đô la thì kinh doanh theo kiểu này sẽ làm cho mọi người tròn mắt ngạc nhiên.

Vì tiềm lực về tài chính đầu tư cho ngành công nghiệp này tương đối lớn cho nên đã làm cho rất nhiều kẻ lừa đảo, bịp bợm lao vào như những con thiêu thân lao mình vào lửa. Điều cực kỳ quan trọng là bạn phải hiểu được sự khác nhau giữa kinh doanh theo mạng hợp pháp với các hệ thống "hình tháp" mạo hiểm và các mánh khóe về tiền tệ.

KINH DOANH THEO MẠNG ĐỐI LẬP VỚI NHỮNG HÌNH THÁP BẤT HỢP PHÁP

Có thể bạn đã nghe thấy rằng, kinh doanh theo mạng mô tả như một phương thức vận chuyển, phân phối hàng hóa tới tận tay người tiêu dùng, phương thức này bị nhiều người nhầm lẫn với việc bán sản phẩm.

Có lẽ bạn sẽ nghĩ:“ Từ từ, chẳng lẽ đây không phải là buôn bán à? Chẳng lẽ không ai bán cái gì à?” Vừa đúng vừa không đúng!

Sản phẩm phải được chuyền tới tay người tiêu dùng, nếu không thì chẳng ai kiếm được xu nào hết. Nhưng thật ra kinh doanh theo mạng không phải là kinh doanh buôn bán, nói đúng hơn thì nó là kinh doanh giảng dạy và rèn luyện. Đích thực là kinh doanh không có liên quan đến buôn bán. Không phải là hiếm khi một giáo viên phổ thông hay một bà nội trợ lại có được thu nhập trong tháng hàng vạn đô la nhờ kinh doanh theo mạng. Làm sao có thể đạt được điều đó nhỉ?

Nhờ nguyên tắc sao chép. Những người kinh doanh buôn bán có thể bán lẻ một số lượng lớn hàng hoá, nhưng thường thì họ không có khả năng truyền đạt phổ biến những kinh nghiệm, bí quyết làm ăn của mình cho người khác. Và còn có không biết bao nhiêu người không yêu thích hoặc không có khả năng buôn bán, kinh doanh! Thực chất vấn đề chính là ở chỗ đó.

Phần lớn việc tiêu thụ sản phẩm theo mô hình kinh doanh theo mạng không phải là việc lưu thông hàng hoá đi từ nhà này đến nhà khác, hay dưới hình thức bán lẻ. Bạn có thể là người mua hàng tốt nhất của chính mình không? Tất nhiên là có. Thế người mua lẻ có thể mua hàng dưới hình thức mua buôn không?Tất nhiên là cũng có thể

Số ít người trong kinh doanh theo mạng đã mua và bán lẽ sản phẩm với khối lượng lớn.

"Kinh doanh" ở đây mang tính chất đàm thoại với bạn bè hoặc với các thành viên trong gia đình. Tự mình cũng phải sử dụng sản phẩm. Nhờcông nghệ hiện đại phần lớn các Công ty

kinh doanh theo mạng có thể vận chuyển hàng hoá đến bất kỷ nơi nào. Vì thế không cần phải tích lũy cũng như phân phối hàng hoá khắp thành phố.

Cúng ta hãy xem xét một cách cụ thể hơn những yếu tố hợp thức hóa chương trình cụ thể của kinh doanh theo mạng

Những nhà lập pháp không thể lường được và đưa ra được các đạo luật bao gồm các chương trình hợp pháp và bất hợp pháp. Vì nguyên nhân này các điều luật về kinh doanh đa cấp phổ biến tương đối rộng rãi. Điều đó cho phép các ngài làm luật bao quát một cách rộng nhất tất cả những tình huống có thể xảy ra của những lược đồ bất hợp pháp và có quyền xóa bỏ chúng. Vấn để nảy sinh khi chính các cấp có thẩm quyền kiểm tra cũng không đủ trình độ để phân biệt sự khác nhau giữa kinh doanh theo mạng hợp pháp với những "hình tháp" bất hợp pháp.

Còn bây giờ chúng ta cùng xem xét hai tính chất cơ bản mà các chuyên viên giám định có

thẩm quyền thường sử dụng để xác định chương trình nhiều tầng có phải là hợp pháp hay không:

- *Thứ nhất – đó là tính chất tập trung của Sơ đồ kinh doanh*. Cụ thể là nó trả thưởng cho những người cộng sự:

a. Chỉ do họ cuốn hút người khác vào chương trình?

b. Do bán hàng hoá hoặc dịch vụ tới tận tay người tiêu dùng?

Nếu như chính sách này nhằm vào thu nhập của các thành viên thông qua tuyển chọn thì đó là mô hình "hình tháp". Nếu dịch vụ tới tận tay người tiêu dùng thì phải là lúc giai đoạn đầu của cuộc thử nghiệm đã qua.

- Tính chất thứ hai trên cơ sở là chính sách tiền thưởng hoạt động thực sự như thế nào. Với bất kỳ một sô đồ kinh doanh nào thì các chuyên gia đều chỉ đánh giá được nó thông qua hoạt động thực tế của các nhà phân phối. Nếu chính sách

thưởng nghiêng về việc tuyển người hơn là việc bán hàng thì vẫn bị coi là “hình tháp”. Không tồn tại một bộ luật hoàn thiện nào cho ngành công nghiệp của chúng ta. Chỉ trong một số bang của Mỹ có những qui định mang tính chất chuyên môn và chương trình quản lý có liên quan đến kinh doanh theo mạng. Phần lớn các bang đều có luật “chống lại thuyết hình tháp”

Không tồn tại một bộ luật về “kinh doanh đa cấp” hoàn thiện nào ở cấp độ quốc gia ở Hợp chủng quốc Hoa Kỳ cũng như ở nhiều nước khác trên thế giới, luật pháp liên Bang ở Mỹ thường là kết quả của các nghị quyết về hành chính và pháp lý, được đưa ra sau vụ kiện tụng của các cá nhân và Ủy ban thương mại toàn liên bang.

Nếu đem gắn kết các nghị quyết này với các qui định do các lập pháp gia của Nhà nước ban hành thì chúng ta nhận thấy có 8 tính chất xác định cương lĩnh của kinh doanh theo mạng. Chúng được thống kê và minh họa rõ ràng ở bang 1 và bạn có thể xác định rằng chương trình của bạn có phù hợp với những đòi hỏi này hay không.

Quan điểm "chống lại thuyết hình tháp" và nghị định quan trọng nhất trong luật pháp của nước Mỹ là tìm hiểu xem giữa tiền lương của người làm việc và sự lựa chọn những người khác vào chương trình có liên quan gì đến nhau không. Như vậy, "những mô hình hình tháp", những hệ thống mắt xích vô tận và những "văn tự theo dãy chuyền" là bất hợp pháp. Nếu như trong sơ đồ kinh doanh của kinh doanh theo mạng không có tất cả 4 yếu tố ghi ở bảng 2 thì sơ đồ này là khả dĩ (xét từ góc độ của quan điểm "chống lại thuyết hình tháp"). Hãy xem bảng 2.

Bảng 1

Các nhân tố của sơ đồ kinh doanh nhiều tầng	Những nhân chương t k
1. Cá nhân, Công ty, nghiệp đoàn hoặc đối tượng khác hoạt động trong doanh nghiệp	

2. Ở đồ thị: a. Bán b. Phân phối hoặc c. Cung ứng hàng hoá	
3. Vì thu nhập, thù lao	
4. Hàng hoá hoặc dịch vụ	
5. Thông qua các nhà đại lý, chủ thầu hoặc nhà phân phối	
6. Ở các cấp độ khác nhau	
7. Những người tham gia có thể tuyển chọn những thành viên khác	

8. Tiền lương các nhà thành viên tham gia được chi trả: a. Do bán các hàng hoá như thế hoặc làm dịch vụ b. Từ khối lượng hàng hoá mà các nhà phân phối trong tổ chức của bạn tiêu thụ	

Bảng 2:

Các nhân tố của "mô hình tháp"	Những nhân chương trì không?
1. Sơ đồ, kế hoạch hoặc chương trình	
2. Mà để được tham gia vào đó các thành viên phải đóng lệ phí	

3. Rồi mới được quyền hay có cơ hội nhận thù lao hoặc những giá trị khác.	
4. Và sự tồn tại của chương trình phụ thuộc vào khả năng cuốn hút các thành viên khác vào hệ thống, kế hoạch hoặc chương trình này	

Quan điểm nhìn nhận của liên bang dẫu sao cũng có một số điểm khác biệt. Trong khi Canada đã ra luật pháp quốc gia "chống lại thuyết hình tháp", phần lớn các nước lại không làm điều đó. Tuy vậy, tình thế đang thay đổi. Phần đông các nước thuộc Trung tâm Châu âu cách đây không lâu đã trở thành nạn nhân của khối lượng khổng lồ các hệ thống "hình tháp" mà tất nhiên là những hệ thống đó đã đều bị sụp đổ. Điều đó bắt buộc nhiều quốc gia phải đưa ra bộ luật có liên quan đến vấn đề này.

Ở Mỹ, luật:chống lại thuyết hình tháp" đã không nhận được sự ủng hộ của nghị viện.

Phần lớn các Công ty kinh doanh theo mạng đã tự lập ra cho mình các chương trình dựa trên các pháp lệnh, trên các quyết định của tòa án liên bang, và thường xuyên hơn cả,là dựa vào phán quyết của Ủy ban thương mại toàn liên bang. Để xác định một sơ đồ có phải là sơ đồ hình tháp không, người ta thường dựa vào nghị quyết của Ủy ban thương mại toàn liên bang về vụ việc của Công ty Koscot Interplantary. Trong nghị quyết này, Ủy ban thương mại toàn liên bang đã dựa trên quan điểm "dãy chuyền chủ đạo" có đặc đểim là các thành viên tham gia trả tiền cho Công ty, và đổi lại họ nhận được:

- Quyền bán sản phẩm
- Quyền được nhận thù lao từ việc tuyển lựa các thành viên khác vào chương trình này, nhưng khoản thù lao này không liên quan đến việc bán sản phẩm tới tận tay người tiêu dùng

Hãy xem các nhân tố của "hình tháp" ở bảng 3 được nêu trong nghị quyết của liên bang

Bảng 3

Các nhận tố của "hình tháp" – quan điểm của các cơ quan ban ngành của liên bang	Những nhân tố nà chương trình của b
1. Thành viên trả tiền cho Công ty	
2. Thành viên được quyền bán sp hoặc làm dịch vụ	
3. Thành viên nhận được thù lao vì đã tuyển lựa các thành viên khác vào chương trình	
4. Thù lao không liên quan đến việc bán sản phẩm (hoặc làm dịch vụ) tới tận tay người tiêu dùng	

Những thông tin đã nêu ra trước đây và các bảng trên là ví dụ điển hình cho các câu hỏi còn

nhiều tranh cãi, có thể gặp ở ngành công nghiệp kinh doanh theo mạng này. Thậm chím, nếu Công ty có vin vào từng chữ của pháp luật: thì cũng chẳng thể bảo đảm là Công ty này sẽ vượt qua được hết tất cả mọi khó khăn về mặt pháp lý.

Mỗi bang đều có đạo luật riêng, nên một chương trình có thể hợp pháp ở bang này nhưng lại bị coi là "hình tháp" ở bang khác. Hơn nữa, các thẩm phán (quan tòa) không phải lúc nào cũng lý giải pháp luật một cách rõ ràng, chi tiết từng chữ một. Phần lớn các viên chức Nhà nước có thu nhập thất thường không am hiểu tường tận trong lĩnh vực này và cũng chẳng vội lập ra các pháp lệnh. Hình như, có ai đó (có thể là cả những vị quan tòa) còn chưa bao giờ đọc cả hiến pháp nữa. Một ví dụ điển hình là vụ "Capone chống lại NuSin"

Mở đầu: đó là vụ tố tụng theo đơn kiện của các nhà phân phối Canađa của Công ty NuSin. Thông qua các quyết định có tính pháp lệnh của tòa án người ta đã "thanh lọc" Công ty này (Vụ kiện này được diễn ra đi đến kết luận, việc phân

phối sản phẩm của Công ty NuSin có thể coi là an toàn.

NuSin, tất nhiên đã khẳng định rằng, thật là nực cười nếu coi việc mua một bộ dụng cụ làm việc dành cho một phân phối viên với trị giá 60 USD là đầu tư. Tuy nhiên, tòa án cũng đồng quan điểm với ngài Capone là để tham gia một cách có ý thức vào kế hoạch kinh doanh của NuSin cần phải mua sản phẩm hàng tháng để có được khối lượng cần thiết của cá nhân nói riêng và của tập thể nói chung.

Vị thẩm phán giải thích điều đó như sau:”….. đặc điểm chính của không kinh doanh ở Canađa của SuKin là, mỗi nhà phân phổi để nhận được tiền hoa hồng từ những phân phối viên tầng dưới cần phải mua sản phẩm của NuSkin trị giá 100 “đơn vị” (tương đương khoảng 100USD). Còn những phân phối viên đã trở thành những người xuất sắc, để có quyền hưởng tiền hoa hồng, hàng tháng cần phải đạt được việc tiêu thụ sản phẩm trị giá 3. 00USD do các phân phối viên của mình đảm nhận. Ngoài ra, chúng ta thấy rõ là,

tiền hoa hồng hoàn toàn không phụ thuộc vào việc các nhà phân phối có bán lẽ sản phẩm họ đã mua hay không”

Tất nhiên vẫn còn tồn tại hai vấn đề trong các logic rắc rối này

Thứ nhất, các nhà phân phối không phải “mua” sản phẩm, mà nói đúng hơn phải là đạt được khối lượng cần thiết

Thứ hai, tòa cho rằng, hoa hồng, khuyến mại hoặc tiền lợi nhuận phải được trả do sản phẩm đã được bán lẻ, không kể đến sản phẩm mà nhà phân phối mua cho mình dùng với tính cách là một người khách hàng tốt nhất của mình. Cách nghĩ này không có một chút cơ sở pháp lí nào cả- trước mắt chúng ta nảy sinh vấn đề khi một luật sư không có thẩm quyền đang thử lập ra một luật pháp mới.

Ngoài ra, tòa đã kết luật rằng NuSkin là nhà bảo lãnh vì những phân phối viên có thể kiếm được nhiều tiền hơn từ việc tạo ra “nỗ lực kinh

doanh" khi trở thành những người độc lập về tài chính hoặc đại khái là vậy". Tòa cũng cho rằng, "lời hứa về mức thù lao cao nhờ lôi cuốn những người khác có xu hướng kích thích những người tham gia tập trung sự chú ý của những hoạt động tiếp thị đối với bán lẻ hàng hoá, làm cho cơ hội bán lẻ thực sự hàng hoá giảm ý nghĩa"

Nói một cách đơn giản tòa đã khẳng định, bất kỳ chương trình nào, mà dựa theo đó nhà phân phối được trả thù lao từ lợi nhuận tập thể của anh ta nhiều hơn so với số tiền anh ta làm được qua việc bán kẻ, đều có các yếu tố của bản hợp đồng về đầu tư.

Tôi không phóng đại nếu nói rằng các vị thẩm phán đôi khi quên rằng việc của họ không phải là "làm ra luật pháp" mà chỉ là giảng giải thuyết trình các đạo luật đó thôi. Nhưng những đạo luật mà họ đưa ra lại là những đạo luật tồi nữa chứ.

Các quan toàn liên bang riêng lẻ ban hành luật pháp nhanh hơn bất kỳ một nghị viện hay

một cơ quan luật pháp nào. Một số nghị quyết đã được thông qua cách đây chưa lâu như nghị quyết ở Uta đã chứng tỏ sự thiếu hiểu biết một cách trầm trọng các điều liật có liên quan đến MLM và thậm chí cả Hiến pháp.

Nếu như vụ xử kiện NuSkin là lạm dụng quyền lực Nhà nước thì dù sao phần lớn các công nhân viên chức vẫn là những người lao động chân chính, bảo vệ nhân dân khỏi các sơ đồ vô nhân đạo. Và thường thì họ vẫn giữ được đúng trật tự.

Nếu một chương trình nào đó trong các sơ đồ kinh doanh của mình sử dụng đúng các chỉ tiêu, định mức, nhưng không áp dụng các chính sách bảo vệ số đông quân chúng thì chương trình đó sẽ được xem như là không có bảo đảm.

Ví dụ "tấn công" ép buộc phải mua hàng. Kinh doanh theo mạng hợp pháp thực sự không có điểm nào chung với mô hình "hình tháp" với những bức thư viết theo dãy chuyền hay các gara chứa đầy máy lọc nước. Như các bạn đã biết, **sản phẩm phải được chuyển đến tận tay người**

tiêu dùng. Và không được bắt buộc ai phải mua một số lượng hàng lớn. Nếu có ai đó thuyết phục bạn mua khối lượng lớn hàng hoá để đạt danh hiệu nhất định…thì người đó đang ép bạn mua hàng bằng cách "tấn công" bạn đấy. Những Công ty hợp pháp sẽ không bao giờ đòi hỏi bạn phải mua sản phẩm nhiều hơn so với mức bạn có thể sử dụng hoặc bán lại trong thời gian từ 1 đến 2 tháng.

Chính thức thì trong trường hợp "tấn công ép buộc", mỗi người sẽ nhận thù lao chỉ từ việc bán sản phẩm. Trên thực tế đó chỉ là thủ pháp đánh trống lảng mà thôi. Cái chính không phải là bán hàng tới tận tay người tiêu dùng hiện thực mà chính là tuyển lựa những người phân phối với mục đích ép họ phải mua khối lượng càng lớn càng tốt. Có lẽ một phân phối viên trung bình không thể sử dụng hết hoặc bán hết sản phẩm hay dịch vụ đó trong một khoảng thời gian ngắn. Chính vì thế nên các nhà lập pháp tin chắc rằng, trên thự tế những loại cộng tác kiểu này dựa trên cơ sở là các phần hoa hồng hấp dẫn cho việc "săn

tìm đầu người" hoặc "tuyển lựa" và là mô hình "hình tháp"

Có thể nói rằng, còn tồn tại rất nhiều mâu thuẫn giữa luật pháp toàn liên bang và luật pháp của từng bang. Nhưng dù sao vẫn còn có ban tuyên tố chính được các nhà làm luật xem xét khi tiến hành phân tích việc Công ty nào đó có phải là kinh doanh theo hình thức "hình tháp" hay không. Mặc dù những tiêu chí này chưa được biến thành một điều luật bao quát tất cả nhưng chúng đang được sử dụng rộng rãi, vì chúng thực sự bảo vệ quyền lợi của người dân khỏi hiểm họa do kinh doanh theo mô hình "hình tháp" gây nên.

1. Việc bán hàng hay dịch vụ tới tận tay người tiêu dùng. Cái chính ở đây là người tiêu dùng.

Nếu ai đó mua các máy lọc nước tổng trị giá 5. 00 đôla và giữ chúng trong gara của mình thì có nghĩa là anh ta không phải là người tiêu dùng. Như đã nói trên, đó chỉ là cách nói dối quanh vòng vèo không hề theo luật pháp, và rõ ràng đó là kinh doanh theo mạng một cách bất hợp pháp. Song tuy nhiên nếu sản phẩm được đưa tới tay người tiêu dùng, thậm chí nếu phần lớn những người tiêu dùng lại là các phân phối viên, thì điều đó đã đáp ứng được yêu cầu trong nghị quyết của Ủy ban thương mại toàn liên bang, cũng như đã đáp ứng được tinh thần pháp luật. Bạn đừng lo về việc 1-2 nghị quyết sai lầm củal iên bang, mà theo nghị quyết đó việc phân phối viên tự sử dụng sản phẩm không được cọi là sản phẩm đã được đưa đến tay người tiêu dùng. Đây rõ ràng là trường hợp khi quan toàn muốn tự lập ra luật pháp, điều đó chứng tỏ rằng hồi còn học ở trưởng luật, khi học đến điều luật số 101 của Hiến pháp thì họ

ngủ gật.

2. Hoa hồng mà bạn kiếm được do sử dụng sản phẩm không phải là thù lao kiếm được nhờ cuộc săn tìm đầu người

Như chúng tôi đã nói trên, thu nhập của bạn cần phải tính ở dạng hoa hồng và tiền thưởng, dựa trên khối lượng sản phẩm do mạng lưới của bạn tiêu thụ được. Nếu như người ta trả công cho bạn chỉ đơn giản là vì bạn lựa chọn cộng tác viên, vì bạn "bán" buổi học, bán bộ đồ dùng kàm việc dành cho phân phối viên và tài liệu đào tạo, khi đó chính là bạn đang ở trong kinh doanh theo kiểu "hình tháp" đó

3. Những yêu cầu đối với việc mua lại sản phẩm mà trước đây mình đã bán

Phần lớn các bang của Mỹ mà ở đó có luật định có liên quan đến kinh doanh nhiều tầng đều đòi hỏi các Công ty phải mua lại hàng đã được bán trước đây, nếu hàng do chính các phân phối viên của Công ty trả lại. Các bang này yêu cầu

chính sách đó phải có trong hợp đồng của nhà phân phối. Trong đa số các trường hợp, yêu cầu về việc mua lại hàng có hiệu lực chỉ khi nhà phân phối hủy bỏ việc phân phối hàng hoá của mình. Ở một số bang khác Công ty cần phải mua lại bất cứ một mặt hàng nào bị trả lại, nếu như nhà phân phối không bán được chúng trong vòng 90 ngày kể từ ngày mua.

Cả hai trường hợp đều có một số đặc điểm. Thường thì hàng mua lại chỉ bằng 90% giá cả lúc ban đầu; sản phẩm vẫn còn phải giữ nguyên chất lượng; bất cứ khoản thu nhập nào kiếm được từ sản phẩm đã bán cũng có thể bị trừ đi.

Nếu Công ty hướng theo 3 tiêu chí này thì tức là Công ty đó thực sự tuân thủ đúng từng chữ, đúng nội dung tinh thần của pháp luật.

Một trường hợp khác chúng ta nên đề phòng – đó là cái được gọi là các câu lạc bộ người tiêu dùng.

Những chương trình này quảng cáo cho: kinh doanh không cần bán hàng" và nhấn mạnh, mỗi người ký hợp đồng là để mua hàng với giá bán buôn. Ủy ban thương mại toàn liên bang và viện trưởng viện công tố nhìn chung đều nghi ngờ hệ thống kinh doanh bí ẩn này, và cho rằng đây chính là "mô hình hình tháp". Dưới đây chúng tôi sẽ giải thích tại sao.

Bạn có thể tự mở một đại lý bán buôn của mình như ông Sam Walton đã làm, và điều đó hoàn toàn hợp pháp. Nhưng hãy thử bổ sung thêm vào đại lý bán buôn này hoạt động trả thưởng theo hình thức kinh doanh nhiều tầng xem, đại lý này sẽ trở thành bất hợp pháp chỉ vì ở đó không có khả năng bán lẻ sản phẩm. Hệ thống này chỉ là đại lý nội bộ dành cho những người mua buôn, và chính vì thế nó trở thành bất hợp pháp.

Nhưng có lẽ, trò lừa bịp tệ hại nhất, đáng lên án nhất trong kinh doanh theo mạng đó là **các chương trình mà mạo nhận mình là Công ty hợp pháp, đưa ra các mặt hàng có tiêu chuẩn thấp hơn tiêu chuẩn đã qui định hoặc bán với**

giá cao hơn so với giá thành. Hoạt động của một số chương trình này mang tính chất điển hình rõ rệt. Họ mời bạn đặt mua các mặt hàng khác nhau qua thư từ và danh sách tên các đại lý đó. Cách làm đó chỉ đơn giản là những "chuỗi" thư từ

Một ví dụ khác là những đại lý đang cố mời chào các sản phẩm hay các loại dịch vụ có giảm giá nhưng chất lượng thật không đáng tin cậy. Một số Công ty loại đó đã gặp rắc rối khi các cơ quan, tổ chức điều hành phát hiện ra rằng hàng hoá mà họ bán khuyến mãi đó có thể mua ở bất cứ nơi đâu với giá tương tự.

Sản phẩm hay dịch vụ đều phải hợp pháp, có nghĩa là phải như những sản phẩm hay dịch vụ có thể mua lẻ trên thị trường công khai: Nếu như ai muốn mua sản phẩm hay dịch vụ nào đó đều bắt buộc phải tham gia vào Sơ đồ kinh doanh, thì trước mắt bạn là: "hình tháp"

Nếu bạn hy vọng là bằng cơ hội kinh doanh đầy sức cám dỗ và hấp dẫn của mình bạn sẽ lôi cuốn được bạn hàng, đến nỗi anh ta không phát

hiện ra được rằng mình đang mua hớ với giá quá đắt sản phẩm của bạn, thì bạn sẽ thất vọng lớn đấy.

Số đông những người mua lẻ (mà không phải là những nhà phân phối) là một trong biểu hiện tốt nhất của một Công ty lớn mạnh.

Bạn cần phải hiểu rằng số lượng lớn những người mà bạn mời cùng tham gia kinh doanh buôn bán nhưng họ không muốn kinh doanh, đều phải trở thành những người mua hàng của bạn. Nếu không đó đích thực là dấu hiệu nguy hiểm cho bạn. Điều đó có nghĩa là một trong hai biểu hiện sau:

1. Sản phẩm của bạn không có giá trị. Những người không được hoa hồng không muốn mua hàng theo giá mà bạn chào họ.

2. Trong buổi giới thiệu bạn quá chú ý đến ơc hội kinh doanh mà không quan tâm đến đúng mức đến ưu thế của sản phẩm.

Trước tiên hãy xem xét nguyên nhân thứ hai. Đừng quên những thành quả mà những người đỡ đầu của bạn đã đạt được. Nếu họ chỉ tổ chức buổi giới thiệu bình thường mà không gặp khó khăn trong việc tìm người mua hàng thì vấn đề có lẽ không phải là ở chỗ bản thân sản phẩm mà chính là ở chỗ bạn giới thiệu những sản phẩm đó như thế nào. Bạn hãy tập luyện với người đỡ đầu của bạn (nếu cần, bạn và người đỡ đầu của bạn có thể đóng kịch với nhau) để làm thật tốt phần giới thiệu sản phẩm.

Nếu như, không một ai trong Công ty của bạn có người mua hàng lẻ, thì có lẽ vấn đề là ở sản phẩm. Cách giải quyết duy nhất là tìm một Công ty khác.

Không một sơ đồ trả thưởng, không một cách lôi cuốn cũng như không một luận cứ nào để giúp được Công ty trụ vững trong thời gian tương đối lâu nếu như sản phẩm của họ giá quá cao mà giá trị lại thấp.

Điều đó không có nghĩa là sản phẩm của

bạn phải rẻ hơn so với những nơi khác. Nhưng giá trị của chúng phải là dịch vụ để những người không phải là phân phối viên vẫn thích chúng và mua chúng. Cụ thể hơn chúng ta cùng xem xét vấn đề này ở phần nói về cách lựa chọn một Công ty phù hợp cho mình.

Nhưng các phân phối viên trong mạng lưới của bạn dù sao cũng là những khách hàng rất tốt, tốt hơn nhiều so với những khách mua hàng bình thường. Bạn sẽ thấy là các phân phối viên mua hàng nhiều hơn nhiều. Vì mỗi lần họ mua sản phẩm cho mình và để bán, họ đã trả bằng tiền túi của mình. Như vậy, họ luôn hưởng ứng việc mua sản phẩm cho đủ khối lượng cần thiết và họ sẽ theo dõi để bổ sung thêm vảo trữ lượng sản phẩm họ đã có. Bạn sẽ thấy là họ sử dụng sản phẩm một cách đáng tin tưởng hơn vì họ hiểu biết về chúng hơn, đối với họ việc đặt mua hàng là dễ dàng hơn và họ cần mua với giá bán buôn.

Có một nhân tố quan trọng khác nhau mà rất đáng đề cập đến

Đó là kết quả tốt nhất của việc sử dụng sản phẩm. Đặc biệt là các chương trình với sản phẩm bổ sung dinh dưỡng và sản phẩm điều hòa trọng lượng. Vì các phân phối viên do tiền thù lao mà quan tâm đến kết quả, cho nên họ làm đúng hơn các chỉ dẫn sử dụng sản phẩm, cũng như những lời khuyên, và trong phong cách sống họ cũng thay đổi những gì cần thay đổi. Chính vì vậy mà các nhà phân phối là những khách mua hàng tốt nhất.

Phụ chú: Những thông tin nói trên không thể được xem như tư vấn về luật pháp vì tôi không phải là luật dư. Tôi, với tư cách không phải là chuyên gia, chỉ cố gắng giúp bạn hiểu sự khác nhau giữa MLM (kinh doanh nhiều tầng) hợp pháp với những cái "hình tháp" và những sơ đồ hợp pháp. Những thông tin này chắc đã đủ cho một phân phối viên trung bình.

Các nhân vật kiệt xuất của các Công ty hay những ai muốn mở rộng Công ty kinh doanh theo mạng riêng nhất định phải tìm một Công ty tư vấn luật chuyên về ngành kinh doanh này

Tôi có thể giới thiệu cho các bạn Công ty Grimes & Reese ở bang Aidaho của Mỹ chuyên về kinh doanh theo mạng. Họ giúp đỡ tôi rất nhiều trong lúc tôi viết cuốn sách này, và những bảng số liệu được sử dụng trong phần này là do tôi trích từ bài báo “những luận điểm hợp pháp của hình thức kinh doanh nhiều tầng”. Bạn hãy liên hệ với họ (thành phố Folles, bang Aidaho) theo số máy (208)524 – 0699 hoặc Fax (208) 524 – 5686

Bốn kiểu nhân viên trong kinh doanh theo mạng …

Mạng lưới của bạn bao gồm bốn nhóm.

Nhóm thứ nhất là những **Người tiêu dùng mua buôn**

Nhìn từ góc độ kỹ thuật họ có thể là những phân phối viên, nhưng nhiều người lúc đầu ký hợp đồng làm phân phối viên, nhưng sau đó họ đổi ý, họ không muốn là những công việc liên quan đến kinh doanh. Tuy nhiên họ vẫn ở trong Công ty, vì họ muốn mua theo giá buôn để tiết

kiệm được tiền. Một số người khác lại không quan tâm gì đến hệ thống mà chỉ vào Công ty để mua sản phẩm với giá bán buôn. Trên thực tế, họ chằng quan tâm đến hình thức kinh doanh này, cũng chẳng quan tâm đến phương châm của chương trình đó. Thường những người này chiếm 5-10% trong mạng lưới.

Nhóm thứ hai là nhóm những **Người tiêu dùng tích cực**

Cũng như những người trong nhóm trước, họ quan tâm đến sản phẩm nhiều hơn. Tuy vậy, khác với nhóm trước, những người thuộc nhóm này ý thức được món lợi nhuận do kinh doanh đem lại. Họ kể cho bạn bè của mình, gia đình của mình về sản phẩm và họ hy vọng kiếm được tiền thưởng, hoa hồng để bù đắp cho sản phẩm họ tự sử dụng. Rất có thể nhóm này chiếm 30-40% trong mạng lưới của bạn.

Nhóm thứ ba là nhóm đông hơn cả – đó là những **Chiến binh của thời gian rỗi.** Họ xây dựng mạng lưới kinh doanh của mình vào những

lúc rỗi rãi hoặc vào các kỳ nghỉ cuối tuần. Mặc dù họ ôm mộng bề hàng trăm nghìn thu nhập hàng tháng nhưng dẫu sao họ vẫn thấy hạnh phúc nếu kiếm theo được từ vài trăm đô la trong một tháng. Họ chỉ bị cuốn hút một phần vào việc đỡ đầu. Chính họ sử dụng sản phẩm và kể về chúng cho bạn bè, người thân, hàng xóm láng giềng của mình. Những chiến binh này chiếm gần 35% - 40% trong mạng lưới của bạn.

Nhóm cuối cùng và cũng là nhóm nhỏ nhất – đó là những **Doanh nhân** hay những **Đấu thủ nặng ký.**

Những người này có thu nhập hàng tháng là hàng chục hàng trăm nghìn đô la và nhóm người này chỉ chiếm dưới 5% mạng lướng phân phối viên. Họ đạt được mức doanh thu đó không phải bằng cách bán khối lượng lớn sản phẩm, mà do họ xây dựng được một tổ chức lớn gồm hàng nghìn phân phối viên (đó là những người tiêu dùng và bán được khối lượng khổng lồ các sản phẩm và dịch vụ)

Cả 4 nhóm này đều cần thiết cho cấu trúc mạng lưới ổn định và có triển vọng. Các "Đấu thủ nặng ký" mời mọi người tham gia và hướng dẫn về công việc cho họ, các chiến binh Weekend thì bán phần lớn sản phẩm, còn những người tiêu dùng (tức những người mua buôn và những người tích cực(bổ sung cho công việc của hai nhóm trên. Khi làm việc trong kinh doanh theo mạng bạn có thể buộc về bất cứ nhóm nào nói trên.

Như vậy, bây giờ bạn cần biết rằng nếu bạn đã quyết định trở thành nhà kinh doanh theo mạng và đã tìm được một Công ty phù hợp với bạn, thì bạn đã chọn được cho mình một "cỗ máy" hùng mạnh nhất để đạt được mục đích. Bạn có thể điều khiển được số phận của mình và thể hiện những khả năng của mình để đạt được mức sống mà đa số những người khác chỉ có thể thấy trong mơ thôi. Bạn thực sự có thể xây dựng cơ chế tiền tệ nhiều tầng và cống hiến hết tuổi trẻ của mình để có thể ngừng làm việc ở độ tuổi còn trẻ và sống giàu sang, thanh thản.

Còn bây giờ chúng ta cùng chuyển sang

phần thứ hai và cùng tìm hiểu xem bạn có những yếu tố cần thiết để thành công trong hình thức kinh doanh mới lạ này hay không ……

CHƯƠNG II

BẠN CẦN BIẾT ĐIỀU GÌ TRƯỚC TIÊN

Kinh doanh theo mạng đã tạo ra một số tấm gương thành đạt kỳ diệu nhất ở Mỹ cũng như ở khắp thế giới. Trên thực tế mỗi Công ty đều có những câu chuyển riêng về đường đời của những người rất bình thường "từ nghèo đói trở thành giàu có", về những con người bình dị thậm chí có nguồn gốc xuất thân từ gia đình nghèo khổ, nhưng họ đã bắt đầu kiếm được tiền từ gia đình nghèo khổ, nhưng họ đã bắt đầu kiếm được tiền mỗi tháng nhiều hơn phần đông mọi người kiếm được trong một năm. Những câu chuyện về người vợ của một ông chủ trang trại ở bang Uta, về một ngài bộ trưởng đang trên bờ phá sản ở texas, về một thanh niên trẻ tuổi ở Đài Loan đã phải đi đến các buổi gặp mặt bằng xe đạp. Tất cả những con người này, cũng như hàng nghìn người khác hiện tại đang có khoản thu nhập khổng lồ, có thể kể cho bạn nghe về các câu chuyện của những con người thành đạt nhất trong tất cả các Công ty kinh

doanh theo mạng trên khắp thế giới thì có thể phát hiện ra được giữa họ có một sự giống nhau đến kỳ lạ. Những điểm chung đó chính là điều kiện tiên quyết cho thành công vững chắc trong kinh doanh theo mạng. Kinh doanh theo mạng rất phù hợp với mỗi người. Nhưng không phải ai cũng phù hợp với kinh doanh theo mạng.

Tôi muốn khuyên tất cả những ai mong muốn một cuộc sống tốt đẹp hơn là nên làm việc trong kinh doanh theo mạng, nhưng dù sao trước khi bạn quyết định sẽ làm công việc kinh doanh này, bện nên nghiên cứu kỹ càng những tiền đề cơ bản như sau để kiểm tra xem bạn có phù hợp với ngành kinh doanh này hay không. Nếu bạn không công nhận những tố chất cần thiết thì hãy tự hỏi mình xem, bạn có muốn tạo ra và phát triển cho mình những tố chất đó không. Thật may là trong kinh doanh theo mạng không có gì là không học được nếu như bạn thực sự mong muốn đạt được thành công.

Những điều kiện tiên quyết giúp thành công ……..

Phẩm chất đầu tiên mà bạn nhận thấy được ở tất cả các thủ lĩnh thành đạt, làm việc lâu dài trong kinh doanh theo mạng, đó là **khả năng kiềm chế được cái "tôi" của mình.** Điều đó có thể làm bạn bất ngờ. Phần lớn những người này tưởng như là những người có ý chí và theo chủ nghĩa cá nhân. Họ đạt được thành công mà những người khác chỉ trong mơ mới thấy, họ đã đạt được thành công như là họ tự điều khiển được số phận của mình. Họ giữ vị trí thủ lĩnh và có ảnh hưởng đến cuộc sống cũng như là con đường danh vọng của hàng nghìn người khác. Dù vậy những nhà kinh doanh theo mạng đã và đang gặt hái được thành công, họ đều có cái "tôi" lành mạnh nhưng họ không để cho những cái "tôi" đó của mình vượt qúa giới hạn cho phép.

Bản chất sâu xa của kinh doanh theo mạng là doanh nghiệp sao chép, mà trong đó bạn cần tạo điều kiện giúp đỡ các cộng tác viên của bạn sao chép được mình tiếp xuống dưới. "những kẻ lang thang cô đơn" không bao giờ trụ vững được lâu. Bạn cần có khao khát học hỏi và sao chép người

đỡ đầu của bạn, người đỡ đầu đó cũng phải có mong muốn học hỏi và sao chép người đỡ đầu của mình …….. cứ như thế cho đến khi người cuối cùng là người có mong muốn học hỏi và sao chép Công ty của mình. Đến chương 4 bạn sẽ hiểu việc "cố để sáng tạo lại xe đạp" có thể đặt dấu chấm hết cho mạng lưới của bạn.

Thứ hai, **bạn cần phải có mong muốn kinh doanh bằng một phương thức hoàn toàn mới.** Trong kinh doanh theo mạng không có chuyên thuê nhân viên, sa thải, không có cả các cuộc họp ủy ban. Đây là phương thức kinh doanh đặc biệt. Kinh doanh theo mạng làm thức tỉnh những người khác. Nó đi sâu vào thế giới nội tâm của con người, xác định những tài năng thiên bẩm của con người, giúp con người đạt được thành công nhờ áp dụng và phát triển khả năng của mình. Trong kinh doanh theo mạng thành công của bạn không phụ thuộc vào khối lượng sản phẩm bán ra, vào sự mong muốn kinh doanh, vào những ngày hội đặc biệt hay vào "trang phục cho thành công". Kinh doanh theo mạng là hình thức kinh

doanh dựa trên niềm tin, rằng thành công chỉ đến với bạn khi bạn giúp người khác thành công.

Phần lớn mọi người đều cho rằng sự đầy đủ trong cuộc sống là tương đương với ngày làm việc từ 9. 00 đến 17. 00 giờ. Họ cho rằng các cuộc "chuột chạy đua nước rút" này là một điều không thể tránh khỏi trong cuộc sống. Các thành viên của kinh doanh theo mạng không có những ý nghĩ sai lầm như thế. Đối với họ công việc từ 9. 00 đến 17. 00 giờ là cái bẫy trớ trêu, nguy hiểm. Nó chỉ mang lại cho bạn thu nhập vừa đủ thôi cho nên bạn sợ không dám bỏ nó, nhưng dẫu sao thu nhập bằng chừng ấy vẫn hoàn toàn chưa đủ để được độc lập và sống đầy đủ. Họ nhìn những người đang ra sức bò lên trong cơ cấu tập thể, vừa ngạc nhiên vừa hân hoan, sự ngạc nhiên và hân hoan mà bạn có thể nhìn thấy trên gương mặt của em bé mười tuổi đang theo dõi tổ kiến. Họ biết rằng, trong thế giới này, cần phải có cả kiến lẫn chuột, nhưng họ không muốn họ là chúng. Những người xây dựng mạng lưới đều biết, cuộc sống đó là một cuộc phiêu lưu, mạo hiểm và cuộc

sống của họ cũng trở thành một cuộc phiêu lưu như thế.

Phần đông mọi người đều tạo cho mình một vỏ bọc bề ngoài, là họ có công việc toại nguyện, cho dù họ căm ghét công việc đó, vì xã hội muốn họ phải như vậy. Còn các thành viên của kinh doanh theo mạng lại luôn mơ ước về công việc có thể phát triển cá nhân và thế giới nội tâm của họ, và sau đó sẽ làm việc cật lực đến khi ước mơ của họ trở thành hiện thực. Phần đông mọi người đều tìm cho mình một công việc "hiện thực" và "chuẩn mực" ổn định, họ đón nhận nó như một lẽ tất yếu, vì "nó được sắp đặt như vậy". Những người làm kinh doanh theo mạng nhìn vào các cuộc "chuột chạy đua nước rút" và ngạc nhiên, tại sao mọi người cứ chạy theo đồng tiền mà quên mất giá trị bản thân mình nhỉ?

Bạn đừng nhầm lẫn: nếu bạn cần có người ở cấp lãnh đạo để kiểm soát bạn, hay nếu sự an toàn của bạn lại hoàn toàn phụ thuộc vào tiền lương bạn nhận vào thứ sáu hàng tuần và nếu bạn không thể giải thích được lý do vì sao bạn làm thế

này hay thế khác, thì kinh doanh theo mạng không phải dành cho bạn. Kinh doanh theo mạng dành cho những người năng động, nhạy bén, có sáng kiến xuất thần, có tham vọng hướng tới tương lai và không sợ mạo hiểm. Nếu bạn đã mệt mỏi vì những cuộc hội họp, trao đổi vô bổ rỗng tuếch và vì bạn không thể thực hiện được những ý tưởng của mình, thì ngành kd này sẽ giúp bạn hồi phục tinh thần, lấy lại sinh lực và trở thành điểm tựa vững chắc cho nấc thang danh vọng của bạn.

Phẩm chất thứ hai mà bạn cần có đó là khả năng giữ vững lập trường và sự tự tin ngay cả trong những giây phút khó khăn.

Xung quanh đa số chúng ta là những người mà với họ chúng ta có thể giữ được bản chất vốn có của mình. Trên thực tế họ tích cực tán thành điều đó. Xung quanh bạn toàn là những con người có thái độ tiêu cực.. Rất có thể là vợ (chồng) của bạn …….

Khi bạn tự hào công bố với toàn thế giới rằng bạn đã tham gia một Công ty kinh doanh theo

mạng để có một cuộc sống tốt đẹp hơn, thì hai nhóm người này sẽ chĩa mũi nhọn vào bạn với một mớ lý lẽ của mình rằng, tại sao bạn không nên ……tại sao họ sẽ không tham gia.. và tại sao bạn sẽ không đạt được thành công trong công việc này. Sau đó những người "tốt bụng" này "với những dự định tốt đẹp" sẽ "thiết đãi" bạn một vài câu chuyện kinh khủng về những người mơ mộng làm giàu trong chốc lát đã thử vận may của mình trong kinh doanh theo mạng và đã thất bại, hoặc họ kể về về một câu chuyện bất hạnh, chẳng hạn như là "có một ai đó ở đâu đó" mắc phải bệnh mề đay toàn thân vì sử dụng sản phẩm dưỡng da của một Công ty MLM.

Trong một thời gian làm việc ở Công ty phân phối chất bổ sung dinh dưỡng, tôi đã hiểu được một điều rất quan trọng: **có nhiều người không muốn khỏe mạnh.** Bệnh tật là bảo bối của họ. Họ tin rằng, bệnh tật mang lại cho họ tình yêu, sự quan tâm và ý nghĩa trong cuộc sống. Hơn thế nữa, tôi còn hiểu rằng, **người không muốn giàu có lại càng nhiều hơn.** Trong giáo

dục của họ không đủ khả năng để nhận thức. Trong tiềm thức họ nghĩ rằng, họ không xứng đáng được giàu có: họ sai lầm khi cho rằng, những giá trị tinh thần luôn tiềm ẩn bên trong sự nghèo khó, hoặc họ nhận thức được rằng để trở thành người giàu có cần phải có một công việc cụ thể.

Rất có thể là xung quanh bạn có nhiều người như vậy. Và không gì làm cho những người này hoảng sợ được bằng ý nghĩ rằng người họ biết sẽ thành đạt. Họ làm tất cả những gì họ có thể để khuyên can bạn, và có khi còn dương đông kích tây ngấm ngầm chống lại nữa. Những người này tuân theo học thuyết của Qscar Wild: thành công không vẫn chưa đủ cần phải làm sao cho bạn bè mình thất bại nữa. Tôi có thể cho bạn thấy, làm thế nào để thay đổi một số người quen như vậy của bạn, nhưng để làm được điều đó bạn phải đọc cuốn sách hoàn toàn khác. Chỉ cần nòi rằng, là một cộng tác viên mới vào nghề kinh doanh theo mạng, bạn cần phải có lập trường vững chắc và vững tin khi phải đối đầu với

những ý kiến tiêu cực.

Một điều cần thiết nữa cho thành công lâu dài là **cần phải kinh doanh một cách trung thực.** Mặc dù có thể dẫn ra hàng loạt những ví dụ, khi có người kiếm được một khoản tiền lớn sau khi đã ấn đầy bình lọc nước vào kho của người khác hoặc bánh quy giảm béo hay đại loại như vậy, song tất cả những nguồn thu nhập kiểu đó đều không được ổn định. Đó chỉ là vấn đề thời gian, khi họ không còn bạn hàng mà họ có thể “dúi” hàng cho, thì họ đành phải tìm một chương trình mới để có thể bắt đầu gây dựng lại từ đầu.

Trong thâm tâm một người nào đó lại có thể nảy sinh ý định cướp đoạt phân phối viên từ mạng lưới của người khác. Hậu quả của hành động xấu xa đó sẽ to lớn gấp bội lợi nhuận về mặt kinh tế. Nếu bạn thử hành động kiểu đó trong thời gian dài thì chính nó sẽ dẫn đến bờ vực của sự phá sản.

Vì một số lý do tôi không biết, ngày nay kinh doanh một cách thiếu trung thực rất phổ

biến. Người bán hàng được học các phương pháp ép khách hàng, gây áp lực với họ để bắt họ mua những thứ hàng hoá mà chính họ cũng không thể cho phép mình mua, những người bán hàng tự khen các mặt hàng của mình trước khách mua bằng phương pháp dụ dỗ và dọa nạt; những người thư ký được học cách nói dối về việc thủ trưởng của họ có mặt tại nơi làm việc hay không; còn những kế toán viên được học cách nói dối về việc ngân phiếu đã được gửi đi hay chưa. Chúng ta đã xây nên cả một ngành công nghiệp mới – ngành công nghiệp của những người đào tạo, hướng dẫn mọi người về các thủ đoạn tư vấn khách hàng mà nhờ đó ép buộc mọi người nghĩ rằng họ đang rất cần loại sản phẩm nào đó, trong khi thật ra họ chẳng cần đến chúng làm gì.

Đại lý bán vé sẽ nói dối với bạn một cách trắng trợn rằng chuyến bay của bạn sẽ tiến hành đúng giờ và hành khách vẫn chưa ra khỏi máy bay, cho dù chỉ còn 10 phút nữa là đến giờ.

Truyền hình và phim ảnh nói về những nhà doanh nghiệp như về những tên lừa đảo khả ái –

những “tấm gương” tuyệt vời để noi theo phải không? Mọi người thường khoe khoang về những chuyện như: họ trả lại bộ y phục cho cửa hàng sau khi mặc nó trong lễ hội, hoặc họ đã đánh lừa một Công ty bảo hiểm và nói rằng vết lõm cũ trên vỏ xe của họ là hậu quả của vụ tai nạn xảy ra cách đây không lâu. Trước đây, con người có thể bảo đảm được bằng lời hứa của mình. Còn bây giờ cần nói dối lúc nào là người ta sẵn sàng nói dối ngay. Nếu bạn chấp nhận được những chuyện phi luận lý này, thì kinh doanh theo mạng làm bạn thất vọng hoàn toàn.

Trong hình thức kinh doanh này, khi bạn giúp đỡ ai đó thì xét về bản chất bạn là một cộng sự, một người thầy của họ trong suốt cuộc đời còn lại. Thậm chí, sau khi đã nắm vững những gì bạn dạy và trở thành những bậc thầy, họ vẫn cần sự giúp đỡ của bạn như một chiếc la bàn vậy để có những quyết định, những hướng đi sao cho phù hợp với các nguyên tắc giá trị đạo đức xã hội.

Khác, rất khác với kinh doanh truyền thống, kinh doanh theo mạng dựa trên sự tin tưởng giữa

người đỡ đầu và phân phối viên trong mạng lưới của anh ta.

Sự tin tưởng là vốn quý nhất của bạn trong việc sao chép. Hàng triệu người chúng ta đã quá chán ngán những mối quan hệ trục trặc, những điều đơm đặt, chính sách chính trị và sự vô trách nhiệm trong thế giới gắn bó đông đảo này. Sự trung thực, tinh thần trách nhiệm và sự đảm nhận mình là thành phần của xã hội, tất cả những thứ đó trong kinh doanh theo mạng sẽ hấp dẫn mọi người hơn cả tiền bạc, hơn cả nhà lầu xe hơi và những chuyến du lịch sang trọng. Nếu bạn lừa dối phân phối viên của mình và nghĩ rằng, điều đó có lợi cho anh ta, thì chính bằng cách này bạn đã phá vỡ mối quan hệ giữa bạn và anh ta mà đó chính là cơ sở của ngành kinh doanh này. Bạn còn làm tiêu tan những cái gì có thể thu hút mọi người đến với ngành kinh doanh này nữa. Các cộng tác viên của MLM những người đã gặt hái được nhiều thành công, đã học thuộc quy tắc là trong thế giới của họ, lời hứa và sự trung thực vô cùng thiêng liêng.

Điều kiện tiên quyết khác để đạt được siêu

thành công trong kinh doanh theo mạng là **khả năng truyền thụ tốt.** Phần lớn mọi người đều đặt kinh doanh theo mạng ngang hàng với việc buôn bán. Nhưng thật ra điều đó khác xa với hiện thực. Thực tế đó là doanh nghiệp đào tạo và sao chép. Chính vì thế mà chỉ gần 10% dân chúng là những người bán hàng. Họ thích bán hàng, họ làm tốt việc đó và họ không sợ bị từ chối. Đối với 90% dân chúng còn lại – đó như là việc nhảy vào một cái hố có những con rắn mai gầm. Chỉ một ý nghĩ đơn giản, rằng họ sẽ có thể bị từ chối thôi đã làm cho họ muốn bỏ chạy rồi. Nếu chiến lược sao chép của bạn là đi chào mời các khách hàng chưa quen biết công việc, "tấn công" người lạ ở góc phố thì bạn sẽ làm cho 90% những phân phối viên có tiềm lực của bạn hoảng sợ vì họ không thể tưởng tượng được rằng chính họ lại sẽ phải làm việc đó.

Trên thực tế chỉ có một trong số một nghìn người đạt thành công bằng phương thức làm việc này. Và tồi tệ hơn thế nữa là, vì họ không được người khác sao chép, cho nên hàng tháng họ phải

đỡ đầu cho một khối lượng người rất lớn để duy trì được thu nhập ổn định

Thậm chí những thành công nhất thời của họ cũng không thể xoay chuyển được tình thế này. Họ không tạo được nguồn thu nhập vững chắc nên cứ vài tháng một họ lại phải khôi phục các nhánh cũ trong mạng lưới và tạo ra các nhánh mới.

Những nhân vật thành đạt trong kinh doanh theo mạng thì ngược lại, họ tập trung vào những việc làm đơn giản, những gì dễ sao chép và những gì họ có thể dạy cho bất kỳ ai. Đều chủ yếu nhất đối với họ đó là luôn biết chắc rằng, mọi người trong mạng lưới của họ biết tất cả những gì mà họ biết. Họ không gõ cửa từng nhà như những người bán từ điển bách khoa, mà họ muốn trở thành những người mua hàng tốt nhất của mình càng nhanh càng tốt. Từ chối không đỡ đầu những người mà không thực sự muốn kinh doanh, tức là họ phát triển cho mình mạng lưới những người mua lẻ và mua buôn. Tôi hoàn toàn không tán thánh với những người bảo vệ phương thức khác;

tìm kiếm những doanh nhân trong số những người dùng sản phẩm. Nguyên nhân là vì 90% số người thuộc nhóm”không phải là người bán hàng” không muốn tham gia vào hình thức kinh doanh liên quan đến việc bán hàng cho những người không quen biết này. Bạn sẽ thấy rằng, các thầy giáo phổ thông, các vị giáo sư, các võ sư karate, các thầy giáo dạy nhạc và những ai có khả năng truyền đạt tốt đều có thể thành đạt trong kinh doanh theo mạng. Chúng ta sẽ xem xét vấn đề này cụ thể hơn ở phần nói về bí quyết của các buổi giới thiệu thành công.

Một điểm chung khác của những người thành đạt đó là **khát vọng học hỏi trong suốt cả cuộc đời.** Họ dành ra thời gian để tư duy và tự phát huy. Rất quan trọng là làm sao để lưỡi cưa của bạn luôn sắc bén. Sách vở, băng hình, băng tiếng hay các cuộc thảo luận………. không quan trọng là cái gì cụ thể, quan trọng là bạn luôn luôn hoàn thiện mình để hôm nay tiến bộ hơn hôm qua.

Khi tôi bắt đầu sự nghiệp của mình, sai lầm lớn nhất của tôi trong kinh doanh đó là, tôi cho

rằng để thành công cần phải thay đổi người khác. Nhưng sau đó không lâu tôi nhận ra rằng, để đạt được thành công cần phải thay đổi chính bản thân mình. Những việc bạn làm, những mẫu mực bạn thể hiện tạo ra hiệu quả của những vòng tròn đồng tâm có ảnh hưởng tốt đến tất cả những gì xung quanh bạn. Để thay đổi thế giới đầu tiên phải thay đổi mình. Tôi cho rằng, phần không thể thiếu trong hệ thống của bạn là chương trình tự phát triển không ngừng và có cấu trúc. Tôi sẽ nói chi tiết hơn về điều này ở phần sau.

Và cuối cùng, nết tính cách quan trọng cần có nữa là **chân thành mong muốn giúp đỡ người khác.** Các qui định của nước Mỹ không áp dụng được vào kinh doanh theo mạng. Bạn tiến lên phía trước không phải nhờ "Chiến thắng" trứơc những người khác hoặc bắt họ phục tùng mình mà phải là nhờ việc bạn giúp họ tiến bộ. Bạn càng giúp nhiều người thành đạt bao nhiêu thì bạn sẽ gặt hái được thành công bấy nhiêu. Trong tập đoàn chỉ có một chủ tịch hội đồng quản trị, một vài phó chủ tịch, số người điều hành nhiều hơn một chúc

và các con, những người lao động tầng dưới thì rất nhiều. Còn trong kinh doanh theo mạng bạn luôn luôn khuyến khích người khác vươn tới những bậc sao của thành công. Số người có thể đạt đến đỉnh cao trong sơ đồ trả thưởng không hạn chế bởi ai cả.

Nếu trong kinh doanh bạn chỉ chăm chú vào để thu lợi nhuận từ những người đỡ đầu, họ sẽ nhận ra được điều đó và chắc chắn bạn sẽ gặp khó khăn. Thay vào đó tốt hơn là hãy lưu tâm đến việc làm thế nào để giúp người khác, khi đó thành công sẽ tự tìm đến với bạn.

Chúng ta cùng tổng kết lại. Đây là những yêu cầu cần thiết cho sự thành công ổn định trong kinh doanh theo mạng:

Sẵn sàng kiềm chế cái "tôi" của mình. Bạn hãy sửa lại cách hiểu của mình về danh từ Thủ lĩnh.

Sẵn sàng làm doanh nghiệp bằng cách khác theo phương thức mới. Bạn hãy phá vỡ

nếp suy nghĩ cũ kĩ của mình.

Vững tin trước khó khăn và những người có tư tưởng tiêu cực. Đừng cho phép bất kỳ ai đánh cắp ước mơ của bạn.

Sự kiên định. Sự kiên trì khi đặt một nền móng vững chắc. Ban đầu, từ từ phát triển bằng những hành động đúng đắn chắc chắng sẽ dẫn bạn và mọi người trong mạng lưới của bạn tới thành công.

Khả năng truyền thụ. Hãy tạo dựng lên một hình thức kinh doanh đơn giản và dễ sao chép để cả “những người bán hàng” lẫn “những người không bán hàng” đều có thể tham gia

Nhất định phải học hỏi suốt cuộc đời. Những học sinh giỏi nhất sẽ trở thành những người thầy giỏi nhất

Mong muốn giúp đỡ người khác. Bạn hãy giúp đỗ người khác – rồi thành công chắc chắn sẽ đến với bạn

Bây giờ, khi bạn đã biết những điều kiện tiên quyết cho thành công, đã có những phẩm chất đó hoặc đang cố gắng phát huy chúng, chúng ta sẽ chuyển sang phần tiếp theo và cùm tìm hiểu cách lựa chọn một Công ty phù hợp cho mình như thế nào!

CHƯƠNG III

LỰA CHỌN CÔNG TY PHÙ HỢP NHƯ THẾ NÀO

Việc lựa chọn Công ty nơi bạn sẽ làm việc là một trong những quyết định quan trọng nhất của bạn khi tham gia kinh doanh theo mạng (và trong suốt cả cuộc đời bạn). Thật đáng tiếc là đa số mọi người lại dành quá ít thực hiện cho việc này, thời gian để họ suy nghĩ lựa chọn Công ty để làm việc còn ít hơn cả thời gian cân nhắc khi mua một chiếc tủl ạnh mới. Thực tế là họ đã trao quyền lựa chọn mình cho các Công ty. Nói cách khác, có cơ hội thuận lợi nào là họ nắm lấy ngay.

Có hai phương pháp để giải quyết vấn đề này. Thứ nhất, nếu cơ hội này là do người bạn quen biết và tin tưởng tạo ra cho bạn, và nếu người này muốn trở thành người đỡ đầu của bạn và họ sẵn sàng cộng tác với bạn, thì đây là phương án tuyệt vời. Bạn không cần thiết phải tìm kiếm những Công ty kinh doanh theo mạng

khác, tìm hiểu và so sánh Công ty này với Công ty khác từ nhiều khía cạnh. Bạn bỏ ra hai năm để tìm kiếm và đến lúc đáng lẽ bạn đã phải có thu nhập cao rồi, thì bạn mới chỉ đang khởi nghiệp.

Tuy nhiên Công ty mà bạn hợp tác giữ một vai trò rất có ý nghĩa trong các cơ hội thành công của bạn. Bạn cần phải lựa chọn Công ty có uy tín, hãy cho phép tôi hỏi bạn hai câu hỏi.

Nếu cả câu trả lời của bạn đều là “không “, thì bạn hãy tìm cho mình một Công ty khác.

Câu hỏi thứ nhất: *Nếu bạn tham gia vào thức kinh doanh này, bạn có mua sản phẩm hay làm dịch vụ cho Công ty này không?*

Đừng lừa dối bản thân mình. Nếu bạn trả lời “không” bạn hãy tìm cho mình một Công ty khác. Nếu như công việc kinh doanh mà bạn đang tiến hành không có cơ sở nền tảng là sản phẩm mà bạn tin tưởng và sử dụng thì bạn sẽ khó thành công ở Công ty này. Những lời giới thiệu với tư cách cá nhân của những người tham gia công việc

và lòng nhiệt tình của họ là sức sống của kinh doanh theo mạng. Những phân phối viên có tiềm năng trong mạng lưới của bạn sẽ đặt ra cho bạn hai câu hỏi chính: "Chính bản thân bạn có sử dụng sản phẩm của cty không? " và "chúng có tốt không? " Nếu bạn không thể trả lời là "có" thì chắc là họ sẽ không muốn cộng tác với bạn đâu.

Câu hỏi thứ hai: *Thế bạn có mua sản phẩm này trên thị trường với giá như thế không?*

Nếu như chính bạn không đời nào lại trả bằng đấy tiền cho cũng loại sản phẩm này trên thị trường thì chắc chẳng có ai khác làm điều đó đâu. Bạn đừng nghĩ rằng, mọi người sẽ mua sản phẩm với giá đắt hơn chỉ vì họ có thể nhận phần thưởng. Rất nhiều lần, thực tế đã chứng minh rằng, họ sẽ không làm điều đó.

Thành công của bạn trong MLM là nhờ sp được đưa tới tận tay người tiêu dùng, người mà thực sự sử dụng chúng và tiếp tục muốn mua chúng. Những người mua sản phẩm chỉ để được lĩnh thưởng, họ tích trữ chúng trong kho của mình

và sớm muộn cũng sẽ ngưng mua, khi kho của họ đã chất đầy sản phẩm hoặc khi thẻ tín dụng của họ đã hết tiền. **Mọi người phải có nhu cầu sử dụng sản phẩm của bạn và mua với giá bán lẻ.**

Đừng nhầm lẫn bởi việc quảng cáo thiếu trung thực và ý muốn bán sản phẩm với giá cao.

Cũng giống như trong bất cứ ngành công nghiệp nào, trong kinh doanh theo mạng cũng có những người không trung thực. Họ rất giỏi “tua” quảng cáo, tạo ra xung động kích thích tưởng như là hợp pháp,nhưng trên thực tế đó là vở kịch che mắt thiên hạ đã được tập luyện tốt.

Ví dụ, ta thử đặt giả thiết rằng có một số người làm việc cho một Công ty kinh doanh cà phê với giá 3USD một ly. Họ ăn cánh với Công ty này và kiếm được một ít tiền, cũng như một số khoản lợi nhuận khác. Sau đó họ sẽ đến gặp bạn với việc kinh doanh “nóng hổi” này

Bạn sẽ tỏ thái độ hoài nghi với công việc của họ. “Ba đôla cho một tách cà phê ư, thế không

phải là quá đắt hay sao? Bạn sẽ nói như vậy.

"Anh điên à?" Họ trả lời. Tất các mọi người đều mua cà phê của chúng tôi. Anh xem số tiền thưởng của tôi mà xem. Tôi đã kiếm được 5. 000USD trong tháng đầu tiên. Trong tháng này tôi đang định làm ra 8000USD đấy"

Ba đô la cho một ly cà phê – ghê nhỉ! Nhưng 5. 000USD trong tháng đầu tiên? Có thể cà phê ở đây rất đặc biệt, bạn nghĩ thế, và thế là bạn bị cám dỗ bởi mặt trái của sức mạnh đó. Khả năng nhanh chóng kiếm được số lượng tiền lớn như vậy đã làm lu mờ lý trí của bạn và bạn đã để cho lòng tham đánh bại ý chí sáng suốt của mình.

Sau đó, những kẻ hám lợi này sẽ làm gì? Họ sẽ thuyết phục bạn mua thật nhiều cà phê. Họ làm cho bạn tin rằng chỉ có như thế bạn mới phất lên được và lập tức trở thành "Giám đốc" hoặc trong tháng đầu tiên bạn có thể được lĩnh thưởng một cái ô tô, hay một số chuyện vớ vẩn như vậy. Và thế là bạn mua cà phê tổng trị giá 10. 000USD. Bạn kiếm được 2. 000USD trong tháng đầu và

bạn có thêm 500USD để có thể mua ô tô. Như thế tốt quá còn gì, phải không?

Nhưng 2500 USD lấy ở đâu ra? Từ chính 10. 000USD cụa bạn đấy bạn ạ. Nhưng bạn không biết điều đó, vì người đỡ đầu của bạn vừa mới cho bạn xem số tiền thưởng 20. 000USD của anh ta xong. Tất nhiên anh ta đã quên đề cấp đến chuyện là anh ta kiếm khoản tiền đó bằng cách lợi dụng những người thiển cận ngây ngô như bạn, những người đã trả 10. 000USD để mua cà phê (các tách cà phê này lại được dồn vào cho kho của bạn………… nhưng cà phê sớm muộn rồi sẽ nguội).

Dần dà, trong thành phố càng ngày càng nhiều những người mua 10000USD cà phê, để rồi nó đang "nguội" trong kho của họ. Họ lại vội vã tiếp tục công việc, lôi kéo những người mới - vì chỉ bằng cách đó họ mới có thể giải phóng được đống cà phê "nguội lạnh" trong kho của họ. Càng ngày càng nhiều người tham gia, những buổi giới thiệu thì trở nên đông đảo hơn (có khi còn thiếu không khí để thở) và thế là bộ máy nói dối sinh ra

đại cơ cấu lừa đảo.

Mọi người tiếp tục trả 3 đô la cho một tách cà phê vì họ muốn có phần thưởng 5000USD trong tháng đầu tiên

Sớm muộn thì cũng sẽ có ai đó nói: “Các anh điên à? 3 đô la cho một tách cà phê? Tôi có thể mua ở chỗ Denny chỉ với giá 1USD”. Và thế là cơ chế siêu việt bị nổ tung như cái bong bóng xà phòng. Sự sụp đổ của cơ chế đó bắt đầu tăng lên với mức độ ngày càng cao. Kết quả là mọi người đồng loạt đem ra chợ trời bán đổ bán tháo hết số cà phê trong kho dự trữ của mình. Đây thật là một sự bóc lột và là một tấm bi kịch. Điều đó hoàn toàn có thể tránh được nếu như lúc đầu bạn tự hỏi mình: “Mình có trả 3 đôla cho một tách cà phê nếu như không có phần thưởng không? “

Đừng để rơi vào sai lầm kiểu khác nữa: câu chuyện nói trên không có nghĩa là sản phẩm của Công ty bạn phải rẻ hơn ở nơi khác. Chỉ cần là giá cả sản phẩm đó phải hợp lý để bạn và những người khác có ý muốn mua nó.

Trên thực tế, có nhiều Công ty kinh doanh theo mạng có sản phẩm đắt hơn nhiều so với các sản phẩm tương tự bày bán trên thị trường. Giá trị của chúng cao hơn vì chất lượng cao hay hiệu quả cao. Các Công ty kinh doanh theo mạng đưa ra thị trường rất nhiều sản phẩm độc đáo có một không hai với giá cao. Yếu tố giao tiếp, trao đổi với khách hàng khi bán những sản phẩm giá cao rất quan trọng vì trong cửa hàng chúng bán không chạy, nhưng ngược lại, nhờ vài câu giới thiệu với khách hàng, sản phẩm sẽ bán chạy hơn. Kinh doanh theo mạng cung cấp cho thị trường các mặt hàng đa dạng và phong phú đến nỗi có thể kể về chúng rất nhiều. Tất nhiên, ưu thế tuyệt vời khác nữa là sự phục vụ và quan tâm đến khách hàng từ phía các phân phối viên của MLM.

Vì vậy đừng đặt câu hỏi: “Đó có phải là sản phẩm rẻ nhất trên thị trường hay không? “ Mà tốt hơn hết hãy hỏi mình: “Mình có mua sản phẩm đó nếu không vì tiền thưởng không? “ và “nếu không tham gia kinh doanh, mình có mua sản phẩm này theo giá đó không?” Tôi tin rằng nếu

mọi người tự đặt cho mình 2 câu hỏi đó thì họ sẽ loại ra 90% số chương trình mà họ đang nghiên cứu để tránh được thất vọng và buồn phiền.

Như vậy, chúng ta cứ cho là bạn đã trả lời được 2 câu hỏi cho mình và tìm ra được sản phẩm với giá cả hợp lý. Chúng ta hãy cùng xem xét các đặc tính khác của sản phẩm mà bạn cần phải quan tâm đến khi đánh giá Công ty.

Sản phẩm có độc đáo không?

Bạn cần có sản phẩm mà chỉ có thể mua trong Công ty của bạn – như vậy mới là lý tưởng, khi đó khách hàng của bạn chỉ có thể mua hàng ở chỗ bạn thôi. Nếu sản phẩm của bạn được bày bán trong các cửa hàng bán lẻ hoặc ở những điểm tiêu thụ khách thì chắc chắn rằng bạn sẽ gặp nhiều khó khăn, khi đó bạn chỉ có thể bán hàng của mình rẻ hơn thôi.

Người dân có nhu cầu thường xuyên sử dụng chúng hay không?

Có thể tôi hơi thiên vị, nhưng tôi cho rằng những mặt hàng tiêu dùng (thức ăn, chất bổ sung dinh dưỡng, sản phẩm dưỡng da…….) thường được sử dụng nhiều hơn so với những đồ dùng lâu dài bình lọc nước hay đồ trang sức.

Được biết trên thị trường kinh doanh theo mạng có nhiều chất bổ sung dinh dưỡng, các dụng cụ nội trợ và những tư trang cá nhân. Có

nguyên nhân cả thôi – kinh doanh chúng rất tiện. Nếu như khách hàng của bạn sử dụng dầu gội đầu, bột giặt hay các loại vitamin (như phần lớn mọi người đều sử dụng), thì rất có thể là, bạn sẽ có nhiều đơn đặt hàng hơn. Có nghĩa là, bạn sẽ bán được khối lượng hàng lớn hơn và lĩnh thưởng cao hơn.

Hàng tháng có thể bán được khối lượng bao nhiêu nhờ sản phẩm của bạn?

Một phần quan trọng là khối lượng tiêu thụ sản phẩm của bạn phải là do các thành viên tham gia vào mạng lưới của bạn sử dụng các sản phẩm này. Phần còn lại sẽ được hoàn thành nhờ các khách hàng của họ hàng tháng sử dụng sản phẩm. Như vậy là, việc tiêu thụ sản phẩm trung bình hàng tháng càng nhiều bao nhiêu thì thu nhập của bạn sẽ càng lớn bấy nhiêu.

Giả sử rằng, Công ty của bạn phân phối một loại sản phẩm duy nhất – đó là nước uống tăng lực được bán với giá 40USD và người tiêu dùng trung bình sử dụng một chai trong một tháng.

Với 100 phân phối viên và các khách hàng, doanh thu của mạng lưới bạn sẽ là 4000USD.

Bây giờ giả sử, Công ty của bạn có nước uống tăng lực, các chất thay thế thức ăn, vitamin tổng hợp, các chất chống oxy hóa và các chất lipit biển. Và việc mua sắm bình quân mỗi tháng của một gia đình là 100USD. Nhờ vẫn 100 phân phối viên và các khách hàng, mà bạn sẽ nhận được hoa hồng từ khoản thu 10. 000USD. Tất nhiên, điều đó cũng có nghĩa là bạn sẽ thu được lợi nhuận lớn hơn từ tháng bán lẻ.

Nhưng điều đó không có nghĩa là bạn không thể làm ra tiền trong Công ty có cả thảy một loại sản phẩm. Nếu sản phẩm có giá thành cao hoặc nếu mọi người sẽ mua nó với khối lượng lớn trong thời gian là một tháng thì bạn đạt doanh số bán ra rất lớn.

Chúng ta phải lưu ý một điểm rằng **khối lượng tiêu thụ sản phẩm bình quân hàng tháng càng cao thì thu nhập tiềm tàng của bạn càng lớn.**

Vì vậy khi lựa chọn Công ty bạn phải chú ý đến các vấn đề liên quan đến sản phẩm.

Sự tăng trưởng thật sự lâu dài của mạng lưới phụ thuộc vào nhu cầu tiêu thụ sản phẩm. Sơ đồ trả thưởng, ban lãnh đạo Công ty và các dự kiện khác là yếu tố quan trọng thứ hai sau sản phẩm.

Những kẻ mưu mô và thậm chí cả một số người giảng dạy sẽ nói với bạn rằng, sản phẩm đó chẳng có ý nghĩa gì cả. Họ khẳng định rằng, sơ đồ kinh doanh mới là cái làm mạng lưới tăng trưởng.

Có thể là vậy ở giai đoạn đầu (khi cơ chế ưu việt được làm việc hết công suất), nhưng bạn sẽ không thể kinh doanh lâu dài, nếu sản phẩm của bạn không có giá trị với người mua. Đó là bài học mà ngày trước tôi rút ra được ….

Khoảng 10 năm trước tôi bắt đầu làm ra tiền trong ngành kinh doanh này. Tôi dự các hội thảo do người đã viết sách về MLM tổ chức.

Trong cuộc nói chuyện riêng giữa hai người, ông đã nói với tôi rằng, trên thực tế hàng hoá rất ít liên quan đến công việc và rằng các sơ đồ trả thưởng mới là cái làm cho mạng lưới phát triển. Ông được coi là chuyên gia lớn và tôi đã hoàn toàn nghe theo lời khuyên của ông

Vào thời điểm đó tôi cộng tác với Công ty ở đó cho phép mua giấy phép kinh doanh thay vào mua sản phẩm hàng tháng. Do số lượng sản phẩm cần thiết phải mua hàng tháng là 100USD nên tôi đã mua giấy phép kinh doanh hàng tháng với số tiền đó.

Đó là vào thời kỳ tôi vẫn còn hút thuốc, lúc đó có thể cả bạn cũng hút thuốc ở những nơi công cộng mà không sợ bị bắt và xử bắn. Và thế là mỗi tháng trong các cuộc họp lớn nhất tôi hút một điếu thuốc quấn bằng chính một tờ giấy phép và bằng cách đó tôi đã cho họ cả hội trường xem, tờ giấy phép bị cháy thành tàn tro như thế nào. Cần phải nói rằng, đó là một cuộc trình diễn ngoạn mục.

Tôi giải thích rằng, tôi đã trả 100USD cho

giấy phép kinh doanh và kể cho họ nghe, trong tháng đó tôi đã lĩnh được bao nhiêu tiền thưởng (số tiền đó còn nhiều hơn cả 100USD). Tôi tiếp tục câu chuyện của mình rằng nếu tôi còn mua hàng tháng với số tiền 100USD, thì thậm chí nếu tôi có đốt giấy phép kinh doanh hoặc vứt hết hàng hóa xuống sông đi chăng nữa, tôi vẫn nhận được tiền thưởng. Tôi nghĩ rằng cái logic đó rất xác thực, không thể chối bỏ được. Và thực tế là như vậy. Nhưng có hai vấn đề liên quan đến cái lôgic này.

Thứ nhất, việc này là bất hợp pháp. Bất kỳ một công việc nào mà trong đó người ta mua một cái gì đó chỉ là để lĩnh phần thưỡng, đều là "hình tháp" phi pháp trên toàn nước Mỹ và ở phần lớn các nước trên thế giới.

Thứ hai, điều đó hoàn toàn phủ nhận giá trị của sản phẩm. Mọi người chỉ coi sản phẩm như phương thức nhanh chóng lĩnh thưởng, và chẳng bao giờ sử dụng chúng. Họ chẳng tha thiết gì vơi chúng và không có gắn bó tình cảm nào với chúng để có thể thành công lâu dài. **Chính mối gắn bó**

về mặt tình cảm với sản phẩm của Công ty bạn mới là cái thúc đẩy mọi người trưởng thành và ngăn cản mọi người tham gia vào các công việc khác.

Nhưng vào năm 1987 tôi vẫn chưa biết điều đó. Tôi đã đốt giấy phép của mình và tuyên truyền sức hấp dẫn của nguồn thu nhập. Và tất nhiên, các thủ lĩnh trong tầng một của tôi đã sao chép tôi. Quỷ tha ma bắt! Ngay cả những người không hút thuốc đã bắt hút thuốc để đốt giấy phép trong các cuộc họp của các phân phối viên! Tôi đã xây dựng thành công 5-6 tầng. Mọi người đã kiếm tiền hoặc sẵn sàng kiếm nhiều tiền hơn những chi phí trong khoản 100USD hàng tháng. Khó khăn bắt đầu xuất hiện ở những tầng dưới, khi mọi người ở tầng dưới vẫn chưa nhận được phần trăm nào cả…. Đến cuối tháng những người này không đặt mua hàng. Khi đến nhận tiền thưởng, người đỡ đầu vừa ngạc nhiên vừa chán nản, gọi họ lên hỏi xem tại sao họ chẳng đặt mua một tí hàng nào cả. “tại vì tôi không có ai trong mạng lưới của tôi cả”. Họ trả lời vậy. Và tất nhiên, tháng sau đó

những người đỡ đầu này không thể mua hàng vì những người "dưới" họ không mua hàng, những người dưới họ không mua hàng vì phía "dưới" nữa không có ai cả. Sự bất hóa xuất hiện từ tầng dưới và tiếp tục lên dần lên tầng trên, và cứ như từng tầng một. Mạng lưới mà tôi tạo dựng hơn một năm trời, trông thảm thương đến nỗi tưởng như chỉ 1-2 tháng nữa nó sẽ sụp đổ.

Phải có một cuộc đấu tranh mạnh mẽ để lãm máu ngừng chảy. Tôi lại bắt đầu tự sử dụng các sản phẩm, tiến hành các hội thảo về sản phẩm và làm tất cả để cho người tiêu dùng thấy được giá trị của sản phẩm. Tôi đã rút ra được kinh nghiệm khó quên.

Sản phẩm rất có ý nghĩa

Nó cần phải là chất xúc tác mạnh của Công ty

Một ghi chú hấp dẫn ……..

Tôi biết rằng "chuyên gia" MLM đã khuyên

bảo tôi lúc đó thục ra là một tay bịp bợm không quan tâm đến lợi ích của người khác. Anh ta sử dụng những cuốn sách và các buổi hội thảo của mình để lôi kéo những người từ các Công ty khác. Anh ta liền một lúc làm việc ở 20-30 Công ty khác nhau. Anh ta gắn kết mọi người vào một Công ty mới và sau một vài tháng hớt hết phần tốt nhất của họ. Khi đó tất cả các phân phối viên trong Công ty mới này rất ngạc nhiên, tại sao anh ta lại có thể phát đạt như thế. Và họ mua sách, băng ghi hình của anh ta, tham dự các hội thảo do anh ta tổ chức với hy vọng khám phá được các bí quyết thành công của anh ta. Họ làm theo những phương pháp dạy trong các tài liệu đó, và họ chỉ hiểu ra rằng, chúng không có hiệu quả. Đó chỉ đơn thuần là lý thuyết thôi. Ngay chính "người thầy" cũng không sử dụng những phương pháp này để xây dựng cơ đồ của mình. Anh ta xây dựng nên các nhánh của mình bằng cách tấn công các tổ chức khác

Khoảng vào lúc mọi người trong Công ty mới của anh ta phát hiện ra là các phương pháp

của anh ta không có hiệu lực, thì “bậc thầy đào tạo” này của chúng ta lại đã sẵn sàng chuồn sang Công ty sau. Anh ta giải thích rằng, các phương pháp của anh ta không có hiệu quả là vì không có cơ hội kinh doanh thường;.. nhưng thật may là anh ta đã tìm được hướng đi khác tốt đẹp hơn trước! và thế là anh ta chuyển sang một Công ty khác và mang theo lưới lớn hơn trong Công ty kinh doanh mới này và rồi lại leo lên tới đỉnh thành công………. Và anh ta nhắc đi nhắc lại qúa trình này nhiều lần. Dù bạn có muốn tin hay không thì trên thực tế cũng đã đang có rất nhiều Công ty mới khởi nghiệp, nó vừa xuất hiện đã lập tức biến mất, và “chuyên gia” của chúng ta đã làm tiền kiểu này hơn 20 năm nay. Anh ta đã kiếm được bạc triệu, nhờ bán sách, băng ghi âm và tổ chức các hội thảo cho những người không nghi ngờ gì anh ta cả.

Từ đó có thể rút ra một bài số bài học quý báu; thứ nhất, hãy tìm một Công ty có tên tuổi, uy tín và tham gia vào đó. Đừng bao giờ thay đổi nhân cách của mình cũng như nếp nghĩ của mình. nếu

một công việc nào đó không có ý nghĩa với bạn và bạn cho rằng nó là vô đạo đức thì hãy tránh xa nó ra. Điều đó không có nghĩa là bạn không thể học hỏi ở những chuyên gia không làm trong Công ty bạn. Bạn phải thảo luận với những người đỡ đầu của bạn về những gì bạn học hỏi được ở những chuyên gia đó – những người đỡ đầu của bạn có quyền biết các phương pháp làm việc của bạn

Giả sử tất cả những vấn đề có liên quan đến sản phẩm trước đây còn hoặc tranh cãi nay đã được giải quyết. Thế thì còn những yếu tố nào quan trọng trong việc lựa chọn Công ty phù hợp cho mình nữa?

Bạn hãy bắt đầu từ người đỡ đầu của mình. **Bạn hãy lựa chọn họ như là lựa chọn bất kỳ một bạn hàng nào để hợp tác kinh doanh.** Họ sẽ là những người hướng dẫn cho bạn, là những người giúp đỡ ủng hộ bạn. Bạn sẽ phải cùng làm việc với họ trong thời gian dài sau này. Bạn sẽ làm việc cùng họ trong 2-3 năm, sau đó trong khoảng 20-30 năm bạn sẽ tham gia vào các hoạt động và các cuộc gặp gỡ với họ ở các

nhà nghỉ khắp nơi trên thế giới, kết hợp nghỉ ngơi với công việc. Có một ý kiến phổ biến rằng, nếu bạn là người có đạo đức, nhân cách bạn phải lý hợp đồng dưới tên người đã bán cho bạn chai sản phẩm đầu tiên hoặc với người đầu tiên nhắc đến tên Công ty trước mặt bạn. Điều đó cũng có ý nghĩa như là việc bạn nhất định phải gắn bó cả cuộc đời mình với người là công việc kinh doanh nghiêm túc mà bạn cần phải suy nghĩ cân nhắc, lựa chọn cẩn thận.

Điều quan trọng là người đỡ đầu của bạn phải là người bạn thích, bạn tin và cảm thấy thoải mái dễ chịu khi làm việc với họ.

Bạn đừng nghĩ rằng người đỡ đầu của bạn cần phải là người kiếm được khá nhiều tiền hoặc những người ghê gớm hơn nữa. Nghĩa của lời nói này rất sâu xa. **Trên thực tế, để vươn tới thành công nhanh hơn, người đỡ đầu tốt nhất có thể là người còn chưa kiếm được 300USD trong một tháng!** Vì trong mạng lưới đang phát triển (bạn muốn ở trong một mạng lưới như vậy!) rất hay xảy ra trường hợp là nó phát triển xuống đến

4-5 tầng trong một tháng. Những người mới vào vẫn chưa có kinh nghiệm và tiền thù lao của họ còn chưa lớn nhưng họ khuyến khích, họ có ước mơ và lòng nhiệt tình, những thứ cần thiết để mở rộng mạmg lưới. Bạn hãy tìm những người đỡ đầu có hệ thống đào tạo để học cách tổ chức các buổi giới thiệu, họ sẽ cùng tham gia tổ chức buổi giới thiệu đầu tiên của bạn, và bạn sẽ thành công trong buổi giới thiệu này.

Chúng ta hãy cùng xem xét kỹ hơn về những người đỡ đầu của bạn và hệ thống đào tạo của họ. Dù phần sau sẽ nghiên cứu vấn đề này một cách tỉ mỉ chi tiết hơn, nhưng bây giờ đề cập đến vấn đề này thì cũng rất có ích

Hệ thống MLM là một quá trình chính xác từng bước một, nhờ quá trình đó, bất kỳ ai cũng tạo dựng được sự nghiệp kinh doanh cho mình. Thông tin này cần phải chính xác và dễ hiểu đối với mỗi người trong mạng lưới. Nó phải hướng dẫn là nên áp dụng những chiến lược gì, nên áp dụng những tài liệu nào cho mỗi giai đoạn của quá trình tuyển người và đỡ đầu

Điều đó rất quan trọng với bạn bởi hai nguyên nhân sau

Thứ nhất, **việc đó sẽ tiết kiệm được khá nhiều thời gian mà bạn cần để tạo dựng lên mạng lưới của bạn.** Khi có hệ thống là kế hoạch công việc chính xác, bạn sẽ không phải mất thời gian tìm hiểm xem bước gì tiếp theo cần phải thực hiện, và có khi còn áp dụng nhầm những chiến lược hoạt động không hiệu quả. Hệ thống đào tạo này bao gồm các phương pháp đã được thời gian kiểm chứng

Lý do thứ hai, vì sao hệ thống này cần thiết cho bạn – **đó là vì nó bảo đảm rằng những người ký hợp đồng tham gia kinh doanh sẽ có khả năng sao chép thành công của bạn.** Trình độ học vấn cũng như kinh nghiệm làm việc của họ trong kinh doanh sẽ chẳng có ý nghĩa gì cả. Họ chỉ phải làm theo hệ thống một cách chính xác như bạn và những người đỡ đầu của bạn đã làm

Nếu Công ty mà bạn đang nghiên cứu để chuẩn bị tham gia có hệ thống đào tạo, nhưng

những người có thể trở thành mang những người của bạn sẽ nhận được những thông tin không đồn nhất, và việc tăng trưởng sẽ gặp nhiều vấn đề. Nếu như Công ty không có hệ thống đào tạo thực sự) như đa số các Công ty hiện nay), nhưng những người đỡ đầu lại có thì bạn cũng có thể thành công tương đối nhanh. Phương án lý tưởng là khi cả Công ty lẫn những người đỡ đầu cùng tuân thủ theo một **hệ thống sao chép.**

Chỉ khi bạn đã thấy là Công ty có các yếu tố này, thì bạn mới công nhân thể nghiên cứu, xem xét những nét độc đáo khác của Công ty. Theo quan điểm truyền thống, bạn cần phải tìm một Công ty có "thâm niên", có tuổi đời dù chỉ khoảng 5 năm và không bị mắc nợ nần.

Chúng ta hãy cùng thảo thuận nhé

Đây là một thực tế, phần lớn các Công ty kinh doanh theo mạng từ bỏ hoạt động sau hai năm. Tất nhiên, sự thực là đa phần các nhà hàng, hiệu giặt là mới và những Công ty khác nhau cũng chỉ tồn tại được hai năm. Bản chất doanh nghiệp

trong hệ thống kinh doanh là 90% các Công ty mới bước vào kinh doanh đều chịu thô lỗ. Kinh doanh theo mạng không tốt hơn mà cũng chẳng kém hơn. Như vậy thì sao? Điều đó có phải có nghĩa là bạn cần phải tránh các Công ty mới khởi nghiệp không?

Có thể là như vậy. Một Công ty mới thành lập có nguy cơ phá sản nhiều hơn so với một Công ty đã trụ vững được 10 năm. Tuy nhiên những Công ty mới cũng có những cái hấp dẫn của nó – đó là cơ hội được “bước vào tầng một, và chính điều đó cuốn hút mọi người. Nếu Công ty có Hội những người sáng lập hoặc một cái gì đó tương tự thì bạn có cơ hội làm việc trong Công ty suốt cả cuộc đời

Những Công ty mới, chưa có tiếng tăm có tiềm năng phát triển rất lớn. Bạn sẽ mạo hiểm nhiều hơn nhưng cơ hội có thu nhập cao cũng rất lớn. Mặt khác, khi làm việc với những người có tên tuổi, bạn sẽ được người khác tin tưởng, và bắt đầu với những tên tuổi này, rõ ràng là bạn sẽ ít gặp thái độ hoài nghi thiếu tin tưởng hơn

Tôi đã làm việc cho một Công ty có uy tín: tôi giúp cho một Công ty không có tên tuổi trở thành một Công ty có uy tín trên thị trường, tôi đã vào được tầng một và chỉ sau đó mới biết rằng thực ra đó chỉ là cái tầng hầm!

Trong bất kỳ trường hợp nào bạn phải tự lựa chọn. Nếu bạn là người thích chơi và bạn không ngần ngại tham gia vào trò chơi mạo hiểm, bạn có thể say mê với những khó khăn và những bất lợi do làm việc cho Công ty mới khởi nghiệp, và sau đó hưởng thụ thành công khi bạn đã giúp Công ty lên tới đỉnh cao. Nếu như bạn có cách nhìn bảo thủ hơn và đang tìm kiếm một công việc ổn định, thì bạn cần tìm một Công ty có tên tuổi. Bạn sẽ ít mạo hiểm hơn và phát triển bền vững hơn. Bạn hãy lựa chọn những gì phù hợp với bạn

Còn bây giờ chúng ta chuyển qua vấn đề không bị nợ nần

Thường các Công ty hay quảng cáo rằng mình không bị nợ nần là những Công ty mới thành lập, mức tăng trưởng của họ chậm đến mức là

chúng không phải đi vay nợ. Một nửa trong số những Công ty này là lừa gạt. Hầu như mỗi Công ty có mức tăng trưởng nhanah đều có vấn đề liên quan đến tiền mặt và cần nhiều thể tín dụng để tiếp tục phát triển. Không chỉ trong kinh doanh theo mạng mà là trong bất kỳ hình thức kinh doanh nào cũng đều như vậy. Do tốc độ phát triển lũy tiến của loại hình kinh doanh này, có thể nảy sinh tranh cãi về sự cần thiết của các hình thức tín dụng trong kinh doanh theo mạng.

Vào đầu thập kỷ 90 tôi xây dựng được một mạng lưới gồm hơn 25. 000 phân phối viên và khách hàng mới, hoạt động tích cực trong một táng (tích cực ở đây nghĩa là họ mua đủ khối lượng sản phẩm cần thiết trong tháng). Hai tháng sau chúng tôi đã có 40. 000 người tích cực trong một tháng. Không lâu sau con số này là 60. 000 người trong một tháng. Trong giai đoạn phát triển bùng nổ như vậy, những đòi hỏi đáp ứng yêu cầu đối với Công ty rất nhiều và rất khó đáp ứng. Tăng số đường đây điện thoại, tìm và nhân công hoặc thậm chí chỉ là thuê văn phòng đại diện trong

một khoảng thời gian ngắn là vô cùng vất vả.

Bây giờ hãy thử tưởng tượng rằng, để tổ chức việc sản xuất hàng hoá bạn cần phải làm những gì. Không thể xây dựng hoàn chỉnh một nhà máy trong vòng hai tháng được. Để tìm được một địa bàn phù hợp, lên kế hoạch và xin được giấy phép xây dựng cũng đã phải mất một năm. Trên thực tế là bạn phải bắt đầu lập kế hoạch xây dựng nhà máy 3-5 năm trước khi đưa nhà máy vào hoạt động. Phụ thuộc vào mức độ phong phú về chủng loại của sản phẩm. phụ thuộc vào mức độ phong phú về chủng loại của sản phẩm, trang thiết bị máy móc cho sản xuất có thể trị giá hàng chục nghìn đô la.

Hãy thử hình dung rằng mỗi tháng bạn phải thuê 80 phải hoặc nhiều hơn thế, trả tiền điện thoại, tiền thuê văn phòng, tiền mua máy tính, trang thiết bị văn phòng, tổ chức dạy nghề vân vân, và ngoài ra bạn phải đầu tư hàng chục triệu đô la vào nhà máy, mà hai năm nữa bạn mới cần đến đó. Các Công ty kinh doanh theo mạng thường gặp phải chính những vấn đề này. Chỉ

một số hàng triệu Công ty mới có thể hỗ trợ kinh phí cho tốc độ phát triển như vậy từ nguồn tiền mặt thu được. Thực tế có thể nói rằng vốn của Công ty phụ thuộc nhiều vào bất cứ những khó khăn bất ngờ có thể nảy sinh.

Tôi căm thù nợ nần. Tôi đã bị lâm vào cảnh nợ nần trong rất nhiều năm. Hôm nay tôi đã có thể thanh toán ở bất cứ đâu bằng tiền mặt. Tôi không phải mua chịu ô tô, không phải dùmg đến văn tự cầm đồ hay gán nợ. Tôi không nợ ai một đồng nào và tôi muốn là sẽ luôn luôn như thế. Nhưng dẫu sao tôi vẫn cho là cần phải có thẻ tín dụng trong nhà băng để dành cho Công ty riêng của mình. Mặc dù thường thì chúng ta không sử dụng thẻ tín dụng này, nhưng có nó vẫn là rất đúng

Trong khi viết cuốn sách này, chúng tôi tiến hành mở rộng biên chế công chức và tăng phạm vi văn phòng tư vấn của tôi lên gấp 3 lần

Trong công cuộc xây dựng này chúng tôi phải trả hai trăm nghìn đô la. Rất có thể là chúng tôi sẽ sử dụng một số vốn tín dụng của mình cho

việc đó, vì nếu chi bằng tiền mặt thì chúng tôi sẽ buộc phải giảm mức tăng trưởng trong kinh doanh. Còn tôi mới chỉ kinh doanh buôn bán nhỏ. Bạn thử tưởng tượng ra tình trạng tiến thoái lưỡng nan mà một Công ty kinh doanh theo mạng mắc phải trong lúc tốc độ tăng trưởng phát triển ở đỉnh cao. Hoàn toàn không mắc nợ nần có khi cũng không phải là tốt lắm. Tôi thường được chứng kiến quá trình đó diễn ra như thế nào: các Công ty phát triển nhanh đến mức là chúng ………. lớn vọt ra khỏi kinh doanh.

Thậm chí dù tốc độ tăng trưởng rất lớn, tiền thu vào vẫn không đủ cho các chi phí lớn về vật liệu sản xuất và các thứ cần thiết khác

Điều đó không có nghĩa là Công ty không cần phải có vốn của mình. Tôi tin rằng, thời kỳ mà những Công ty kinh doanh theo mạng thành đạt khởi nghiệp từ cái bàn thái thức ăn, đã qua rồi. Tôi cho rằng ngày nay, để mở một Công ty mới, ta phải có số vốn ban đầu ít nhất là 5 triệu đô la. Nhưng bên cạnh đó, rất có thể là ngay cả khi số người trong Công ty đã đạt đến mức tối đa và bắt

đầu bước vào giai đoạn phát triển nhảy vọt thì Công ty này vẫn cần có vốn tín dụng, hay sự hỗ trợ bằng tiền mặt để tăng cung vượt cầu về hàng hoá, và bảo đảm biên chế công chức, trang thiết bị sản xuất và văn phòng. Điều đó không có nghĩa là tôi thích nợ nần và xúi giục người khác làm điều đó.

Một trong những mục đích đầu tiên mà tôi hướng các nhân viên của mình vào là cố gắng 100% không sa vào nợ nần. Những món nợ mà mình không quản lý được thì đó là nhà tù, nhưng cũng có trường hợp chúng rất có ích nếu biết sử dụng chúng

Tôi có thể nêu ra nguyên nhân tại sao có nhiều Công ty không mắc nợ nần – họ không thể nhận được vốn tín dụng. Những Công ty có nợ và có khả năng tín dụng trong các cơ quan tài chính – đây là dấu hiệu rất tốt. Vì vậy, qua những việc nêu trên quan trọng không phải là tìm kiếm một Công ty không mắc nợ

Những nguyên tố sau đây rất quan trọng đối

với tất cả các vấn đề liên quan đến việc lựa chọn Công ty

ĐỘ SÂU CỦA VIỆC QUẢN LÝ KINH DOANH

Nếu toàn bộ biên chế của Công ty có năm người thì Công ty sẽ gặp rất nhiều khó khăn rong việc giúp đỡ các phân phối viên. Những Công ty có khả năng tín dụng cần có một Chủ tịch và một CEO (giám đốc điều hành chính), hai người này có thể là một, ngoài ra cần có một chuyên gia về tài chính, một người điều hành chủ chốt về sản xuất, một người quản lý hành chính, một người điều hành phòng phân phối sản phẩm, một người quản lý phòng khai thác thông tin và một phú chủ tịch hoặc người điều hành marketing

Một số người giữ những chức vụ đó, thậm chí trong một Công ty hoàn toàn mới thành lập, cần có những phụ tá và các cộng sự.

Thực tế trong khoảng 90 ngày đầu tiên của Công ty mới thành lập, tất cả việc nhận đặt hàng và chuyển hàng có thể do một viên chức trong biên chế đảm nhiệm, thậm chí anh ta vẫn có thời gian để đọc “chiến tranh và hòa bình” hay “Quần đảo

Gulac”.. **Nhưng theo quy luật của doanh nghiệp, trong khi kinh doanh cần phải có vật liệu trước khi bạn cần đến nó**

Tôi đặc biệt chú ý đến cơ cấu biên chế viên cức của Công ty. Tôi chú ý xem trong Công ty đó có phó giám đốc marketing hay người quản lý nội thương không? Xem họ có người đào tạo, tổ chức những buổi hội thào và giảng dạy nhân viên không? Trong Công ty có biên chế giúp đỡ những người này không?

Rất cần biết là trong tập thề nhân viên có ai có kinh nghiệm làm việc với hình thức kinh doanh theo mạng không. Kinh doanh theo mạng rất khác biệt với kinh doanh truyền thống, thậm chí khác biệt với hình thức bán trực tiếp. Nếu như đội ngũ những người quản lý không hiểu được tính khác biệt độc nhất vô nhị của kinh doanh theo mạng thì họ sẽ rất khó có thể lãnh đạo Công ty.

SƠ ĐỒ TRẢ THƯỞNG

Tôi xin phép được bắt đầu từ điều sẽ làm cho nhiều người thất vọng và giảm đáng kể số người mua cuốn sách này của tôi.

Hiện nay đang có rất nhiều sơ đồ trả thưởng mà theo tôi nghĩ, đi ngược lại với lợi ích của một phân phối viên trung bình

Tôi đã suy nghĩ rất lâu và cân nhắc xem có nên đưa thông tin này vào cuốn sách của tôi hay không, nhưng cuối cùng tôi đi đến kết luận rằng, không đưa nó vào thì thật là vô trách nhiệm. Tôi mong bạn hiểu rằng, đó là quan điểm của riêng tôi, chứ không phải là tư vấn về pháp luật vì tôi không phải là luật sư. Dù vậy, tôi đã hoạt động khá lâu trong lĩnh vực kinh doanh này và đã có được trực giác về việc nếu nhìn từ góc độ kinh doanh thì cái gì có hiệu quả, cái gì là phục vụ cho lợi ích của Công ty, cái gì là phục vụ cho quyền lợi của các phân phối viên và cái gì được các cấp điều hành quản lý. Sau đây là quan điểm của tôi

về các sơ đồ trả thưởng:

Hiện tại bây giờ người ta đang sử dụng 4 loại sơ đồ trả thưởng:

1. Theo bậc thang, hay còn gọi là sơ đồ “li khai”

2. Theo ma trận

3. Theo chiều ngang

4. Nhị phân

Bây giờ chúng ta cần lần lượt xem xét chúng

Sơ đồ trả thưởng theo bậc thang (“li khai”) là do hai sơ đồ cộng lại; sơ đồ trả thưởng theo bậc thang (bạn được lĩnh thưởng do khối lượng mua sản phẩm của mạng lưới của bạn) và sơ đồ “li khai” (tức là người ta trả thưởng vì cả những người đã “tách” ra khỏi bạn và đang phụ trách các tổ chức riêng của mình). Bạn hãy xem bảng 1 và bảng 2 ở mấy trang sau:

Kế hoạch này bị lên án chỉ trích rất nhiều vào những năm gần đây do nhiều nguyên nhân. Trước hết bạn sẽ thấy, mọi người coi thường kế hoạch này vì một phân phối viên nhỏ bé chỉ đỡ đầu cho ai đó rồi những ai đó về sau tách riêng ra và xây dựng được một tổ chức đông đảo mọi người tham gia. Kết quả là anh phân phối viên nhỏ bé kia đã mất đi một mạng lưới lớn rất cần thiết để lĩnh phần trăm từ phân phối viên tầng dưới nay đã tách riêng ra.

Sơ đồ này đúng là phải được cấu tạo như vậy. Để có được thu nhập về chiều sâu, các phân phối viên cần phải phát triển mạng lưới theo bề rộng: bạn càng phát triển mạng lưới của mình rộng bao nhiêu thì thu nhập về chiều sâu của bạn càng nhiều bấy hiêu. Điều đó bảo đảm cho bạn cả về thu nhập cũng như tính lâu bền của công việc và là chất kích thích cho mỗi người tiếp tục xây dựng mạng lưới. Với một sơ đồ trả thưởng được thiết lập tốt, những người là thủ lĩnh có thể dừng làm việc bất cứ lúc nào mà vẫn có thu nhập hậu kỳ do họ đã dày công tạo dựng. Nhưng cần

phải có sự kích thích thường xuyên để họ ý thức được rằng họ đang để tuột mất vô số tiền của nếu như họ không phát triển mạng lưới theo bề rộng. Điều đó liên quan đến những thủ lĩnh của bất kỳ tầng nào, thậm chí cả những tầng cao nhất

Tuy vậy, trong bất kỳ sơ đồ nào cũng đều có mặt tốt và mặt xấu, tôi gọi mặt xấu là sự "quá tải ở tầng trên"

Ví dụ như những sơ đồ của các Công ty chủ có một hoặc hai mặt hàng nhưng lại đòi hỏi mọi người phải mua khối lượng lớn hàng hoá để tự sử dụng và để đạt đủ khối lượng hàng cần thiết phải mua cho toàn mạng lưới (khoảng 10 hoặc 15 nghìn đô la trong 1 tháng), mà ai đó phải luôn giữ khối lượng này để được nhận hoa hồng từ những nhánh người đã tách riêng ra.

Sơ đồ 1

Người lãnh đạo				Giảm giá 20%
Người phụ trách			Giảm giá 15%	Thưởng 20%
Giám sát bán hàng		Giảm giá 10%	Thưởng 5%	Thưởng 10%
Chỉ đạo viên	Giảm giá 50%	Thưởng 5%	Thưởng 10%	Thưởng 15%

Đây là ví dụ điển hình của cấu trúc sơ đồ trả thưởng theo bậc thang. Những thành viên tham gia nhận thù lao trên cơ sở là sự khác nhau giữa cấp bậc của họ và cấp bậc của những người đỡ đầu họ.

Xét theo khối lượng sản phẩm thực tế mà các phân phối viên mua được thì 99% trong số họ

không bao giờ đạt được danh hiệu. Như vậy, số tiền thưởng mà đáng lẽ ra họ được hưởng lại rơi vào tay một số thủ lĩnh hoặc được chuyển vào Công ty.

Điều đó có thể dẫn đến thu nhập hàng trăm nghìn đô la của các phân phối viên ở tầng trên. Nhưng bên cạnh một người có thu nhập cao là hàng chục nghìn người hàng tháng không kiếm được đủ tiền dể đưa gia đình đi xem phim. Những phân phối viên to lớn có thể khoe khoang con số mà họ lĩnh được hàng tháng ở khắp mọi nơi để đẩy nhanh tốc độ phát triển của mạng lưới ở giai đọan đầu, nhưng cuối cùng thì phần lớn các phân phối viên sẽ lần lượt bỏ đi khi họ phát hiện ra rằng họ không thể thực sự kiếm ra tiền. Họ bỏ ra với một cảm giác khó chịu và nghĩ rằng MLM không có hiệu quả.

Mặt khác, những sơ đồ có sự “quá tải ở tầng dưới” mà bất kỳ ai mới tham gia đều có thể kiếm ngay được 1000USD hàng tháng, cũng sẽ không thể tồn tại lâu dài. Sơ đồ này kích thích mọi người ở giai đọan đầu nhưng cuối cùng thì

những thủ lĩnh lại không có được thu nhập mà đáng lẽ họ phải được hưởng. Họ trở sang nghiên cứu các sơ đồ khác và nhận thấy rằng với số lượng người trong mạng lưới hiện nay và khối lượng sản phẩm mà những người này mua hàng tháng, họ có thể kiếm được nhiều tiền hơn ở Công ty khác. Chính vì vậy mà các thủ lĩnh dần dần bỏ đi, và kết quả là Công ty cũ của họ không thể thành công.

Làm cho một sơ đồ có được thăng bằng là cả một ngành khoa học. Bạn có muốn một phân phối viên mới vào nghề kiếm được tiền với tốc độ nhanh nhất, và đồng thời các thủ lĩnh có thể tạo dựng và duy trì thu nhập cao không? Phần trăm được hưởng từ chiều sâu cần phải cân đối tỷ lệ thuận với phần trăm của chiều rộng. Mức độ những người "tách" riêng ra được xác định kỹ lưỡng trên cơ sở là số lượng sản phẩm có trong Công ty và khối lượng sản phẩm trung bình hàng tháng phải là bao nhiêu. Một phân phối viên nhỏ mà thường bán lẻ, không phải bao giờ cũng có thể "tách" rời ra, nhưng tuy vậy, mức độ mà phân

phối viên phải đạt được để có thể "tách" riêng ra phải nằm trong tầm tay với của một người kinh doanh nghiêm túc.

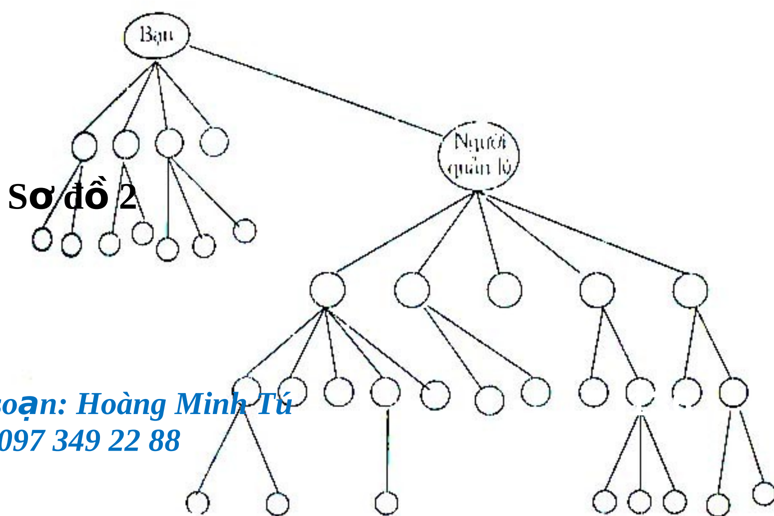
Sau khi nói một điều dưới đây, tôi sẽ làm cho một số người thất vọng. **Tôi nghĩ rằng sơ đồ "li khai: nhiều tầng là sơ đồ tối ưu với Công ty cũng như đối với phân phối viên.** Là một sơ đồ được lập ra một cách đúng đắn, nó bao gồm những nhân tố cần thiết để tạo điều kiện cho cấp độ tăng trưởng của Công ty và trả công cho mọi người tương đương với công việc họ đã làm trên thực tế.

Còn một điểm cần chú ý. Trong suốt bề dày lịch sử 50 năm ra đời và phát triển của mô hình kinh doanh theo mạng, hơn 99% Công ty đã hoạt động hơn 5 năm và đạt được doanh thu ít nhất là 400 triệu đô la, sử dụng sơ đồ "li khai" nhiều tầng.

Vào thời điểm tôi viết cuốn sách này, vẫn chưa có một Công ty có doanh thu là hàng tỷ đô la nào mà lại không phải là Công ty sơ đồ "li khai"

nhiều tầng cả, và tôi không nghĩ rằng sẽ có sự thay đổi nào đó trong thời gian tới. Nếu bạn liệt kê lại khối lượng sản phẩm đã bán được của tất cả các Công ty kinh doanh theo mạng trong năm vừa qua thì bạn sẽ thấy rằng hơn 85% hàng hoá bán ra trên thị trường là hàng hoá của những Công ty có sơ đồ “li khai” nhiều tầng. Tôi không có một chút nghi ngờ gì về việc đó là sơ đồ trả thưởng tốt nhất cho tất cả những người quan tâm.

Nhưng có một điều cực kỳ quan trọng, là sơ đồ đó phải được lập ra một cách cân bằng và phải bảo đảm được an toàn trước những khối lượng “mua” lớn bất hợp pháp



Sơ đồ 2

Trong kế hoạch “li khai”, khi một ai đó đạt được một cấp độn hất định (thường là cấp được tạm gọi là cấp lãnh đạo) thì họ “tách” ra khỏi mạng lưới của bạn. Khi đó bạn sẽ nhận được thù lao khối lượng sản phẩm do toàn bộ mạng lưới của bạn mua.

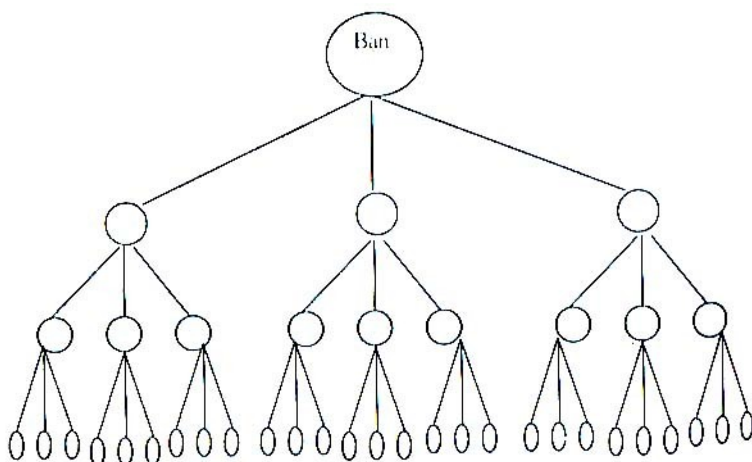
Bây giờ chúng ta cùng xem xét các sơ đồ kiểu khác

2. Sơ đồ trả thưởng **ma trận,** được phổ biến rộng rãi vào những năm 80, thực tế sơ đồ này giới hạn đóng khung cách bố trí mạng lưới

của bạn. Ví dụ, sơ đồ trả thưởng theo ma trận 3x3 chỉ cho phép bạn (và mỗi người trong Công ty) được đỡ đầu 3 người ở tầng một (bộ ba thứ nhất) và bạn được hưởng thù lao từ thành quả công việc của ba tầng các phân phối viên (các bộ ba thứ hai). Như vậy, trong ví dụ này bạn sẽ có ba người ở tầng một, chín người ở tầng hai và 27 người ở tầng 3, và bạn sẽ chỉ kiếm được hoa hồng từ khối lượng hàng hoá do 39 người này mua. Những người ở thường tầng bốn nằm ngoại phạm vi được hưởng hoa hồng của bạn.

Sơ đồ trả thưởng theo ma trận 3x5 có nghĩa là mỗi người có thể có 3 người ở tầng một và được nhận thù lao từ năm tầng. Sơ đồ trả thưởng theo ma trận 5x7 có nghĩa là mỗi người sơ đồ trả thưởng theo ma trận ở sơ đồ 3.

Sơ đồ 3



Tồn tại một số vấn đề liên quan đến sơ đồ kiểu này. Vấn đề chủ yếu nhất đó là nó hạn chế số lượng người mà bạn có thể kí vào tầng một. Sau khi đã ký đủ người vào tầng một, bạn bắt đầu sắp xếp những phân phối viên mới ở các tầng dưới. Nếu một trong số những người trong mạng lưới của bạn thực sự "tách" rời ra, thì bạn có thể sẽ mất đi hàng chục nghìn đô – la lợi nhuận trong một tháng.

Đó là một trong các nguyên nhân, tại sao

trong những năm gần đây sơ đồ kiểu này có nhiều trục trặc với chính quyền. Mọi người được đưa tên vào sơ đồ theo trình tự người trước vào trước, người sau vào sau như được đưa vào máy tính. Chính quyền coi đó là một trò xổ số và bắt đầu theo dõi những Công ty có sơ đồ trả thưởng theo ma trận cho phép chính các phân phối viên tự xác định vị trí của mỗi phân phối viên mới trong mạng lưới của mình, bằng cách đó, họ đã giải quyết được vấn đề bất ổn này

Thậm chí nếu như bây giờ bạn đang xác định xem, sẽ sắp xếp những chiến binh mới của mình vào vị trí nào khi tầng một của bạn đã đủ người, bạn buộc phải phân bố họ ở những tầng dưới. Điều đó dẫn đến một vấn để khác có liên quan đến sơ đồ trả thưởng theo ma trận; trong mạng lưới phát sinh ra cách nghỉ ỷ lại.

Ý tôi muốn nói là, vì ở tầng thứ nhất chỉ có thể bố trí một số lượng người nhất định, cho nên rõ ràng là những phân phối viên tích cực đỡ đầu nhiều người sẽ sắp xếp những người đó vào những tầng dưới. Một vấn đề nảy sinh khi việc

này được sử dụng như một công cụ để tuyển người. Mọi người bị lôi kéo kích thích tham gia vào Công ty càng nhanh càng tốt để họ ăn phần trăm từ những người là "nước tràn ra" khi "bể" đã đầy. Người ta nói với họ rằng: "Anh chỉ cần ký hợp đồng thôi, rồi chúng tôi sẽ thành lập ra một mạng lưới cho anh". Điều đó lôi kéo nhiều người vô công rồi nghề, lười nhác, họ gây ra rất nhiều khó khăn cho sơ bộ ma trận bằng cách ngồi chờ cho đến khi "bể" nhà một người nào đó ở tầng trên đã được bơm đầy và "nước" sẽ "tràn" xuống "bể" nhà họ một khối lượng đủ để làm cho họ trở lên giàu có. Khác với sơ đồ "li khai" khi bạn muốn kết thúc việc hợp tác với một ai đó trong số những phân phối viên ở tầng một của bạn, một người không làm được gì cả, bạn có thể xây dựng ra một nhánh người khác, còn trong sơ đồ ma trận này thì đó sự nguy hiểm, có thể tổn thất lớn cho thu nhập của bạn

Còn một nguyên nhân nữa, tại sao tôi không thích các sơ đồ dạng ma trận – là vì nó làm mất uy tín của những người đỡ đầu. Bạn có thể xếp một

ai đó mà bạn đỡ đầu vào tầng bốn. Tuy nhiên điều đó lại phát sinh các vấn đề, khi đến lúc bạn phải tổ chức cuộc gặp mặt hàng tháng. Chúng ta sẽ nói về vấn để này ở một trong những chương sau.

Có một điều rất đáng lưu ý, đó là khi tôi viết cuốn sách này, trên thế giới mới chỉ có một Công ty với hơn 5 tuổi đời và có doanh thu ít nhất là 300 triệu đô la một năm đang thực thi sơ đồ dạng ma trận. Đó là sơ đồ dạng ma trận đã biến tướng: khi bạn đào tạo một số lượng xác định các thủ lĩnh trong mạng lưới của bạn, bạn được phép mở rộng sơ đồ ma trận và mở một nhánh mới. Vì vậy, trên thực tế ở giai đoạn đầu, đó là sơ đồ dạng ma trận, còn sau đó trong sơ đồ này lại xuất hiện những yếu tố của sơ đồ "li khai"

3. Chúng ta hãy cùng nghiên cứu kiểu sơ đồ sau – Sơ đồ trả thưởng đều tầng, hoặc Sơ đồ một tầng – đó là sơ đồ chỉ có "1 cấp độ" mặc dù chính nó thật ra lại không phải là Sơ đồ một tầng. Phần lớn các Công ty sử dụng sơ đồ một tầng, trên thực tế trả thưởng từ 5 đến 10 tầng của mạng lưới. Trong sơ đồ này không có sự "li khai". Bạn có thể

phát triển chiều rộng bao nhiêu tùy ý nhưng bạn chỉ nhận được thù lao từ số lượng cấp bậc hạn chế của bạn. Bạn có thể coi nó là sơ đồ ma trận được gọi là “sự vô tận nhân với một chiều sâu nhất định”. Ví dụ, sơ đồ trả thưởng cho một người từ 5 tầng về chiều sâu trong mạng lưới của anh ta, có thể coi là sơ đồ ma trận có tên “vô tận x5”. Bạn hãy xem bảng 4.

Bảng 4

Cấp bậc của	Hoa hồng mà bạn thu được từ

bạn				
Người chỉ đạo	Tầng 1	Tầng 2	Tầng 3	Tầ
Người điều hành	5%	10%	10%	
Người quản lý	5%	10%	10%	1
Giám đốc	5%	10%	10%	1

Trong sơ đồ trả thưởng theo hàng ngang không có sự "li khai". Bạn có thể đỡ đầu bao nhiêu người ở tầng một tùy ý bạn và được hưởng thù lao phụ thuộc vào cấp bậc của họ.

Ở đây, vấn đề thể hiện ở chỗ là sơ đồ này không hề đếm xỉa đến một trong số những chân lý quan trọng nhất của kinh doanh theo mạng, **cụ thể là phần lớn các thủ lĩnh xuất hiện từ những tầng sâu phía trước.** Một số sơ đồ trả

thưởng theo hàng ngang, cũng như là sơ đồ ma trận, không tạo sức ép. Nếu bạn có bốn tầng phân phối viên và họ mua đủ khối lượng sản phẩm tối thiểu hàng tháng để lĩnh phần năm, thì chắc là bạn chỉ có thể kiếm được không quá 2 hay 3 trăm đô la thù lao trong 1 tháng

Trên thực tế, mọi sự diễn ra như thế nào? Nếu bạn là thủ lĩnh, bạn sẽ làm việc trực tiếp với người thủ lĩnh Kim chương này ở tầng 5.

Bốn tầng ở gữa, đó có thể là những người tiêu dùng hoặc những người muốn làm kinh doanh nhưng đã đi đến kết luận rằng để đạt được điều đó cần phải làm việc rất nhiều. Họ sẽ vứt bỏ tất cả công việc này đi nếu như họ không nhận được nhiều tiền một cách dễ dàng như thế từ người Thủ lĩnh Kim cương ở tầng dưới. Vì thế cho nên họ ở lại. Họ không trở thành giàu có nhưng họ kiếm được số tiền nhiều hơn giá trị của sản phẩm, vì vậy họ vẫn tích cực mua đủ khối lượng sản phẩm tối thiểu của một tháng để được lĩnh hoa hồng. Điều này tạo ra sự kiềm chế kích thích đối với phía trên. Những thủ lĩnh này không còn

quan tâm vì mức thu nhập thấp và cuối cùng họ chuyển sang làm ở Công ty khác.

Đa phần những sơ đồ trả thưởng một tầng tồn tại ngày hôm nay đều thuộc loại "có lợi cho các tân binh" hoặc "quá tải ở các tầng dưới". Những phân phối viên mới vào nghề thì thích những sơ đồ này vì chúng có thể nhanh chóng mang lại thu nhập cho họ. Nhưng khi mạng lưới của họ bắt đầu phát triển thì họ lại nhanh chóng thất vọng.

Cần phải lưu ý rằng ngày nay còn tồn tại duy nhất một Công ty có tiếng áp dụng sơ đồ một tầng. Đúng ra mà nói phần lớn hoa hồng họ trả cho nhân viên là phần thưởng cho việc đào tạo và phần thưởng không có giới hạn (cái đã làm biến đổi cơ cấu của sơ đồ một tầng). Sơ đồ một tầng thường do các Công ty mới khởi nghiệp đề ra, các Công ty này đang cố gắng lôi kéo các phân phối viên từ những Công ty khác bằng cách hứa với họ những thứ, ví dụ như là sẽ không có sự "li khai" và "bạn sẽ không bao giờ bị mất mạng lưới"

Nếu những Công ty này trụ nổi qua những nắng gió, khó khăn (điều này hơi khó tin), thì không thể khác được họ sẽ phải thay đổi sơ đồ trả thưởng của mình, thường là đổi sang sơ đồ nhiều tầng có sự “li khai”

Một cách giải quyết khác cho tình huống này là tạo ra một sơ đồ tổng hợp - sơ đồ trả thưởng theo hàng ngang có sự “li khai”

4. Chúng ta cùng đi nghiên cứu sơ đồ cuối cùng – sơ đồ **Nhị phân.** Đây là một trong nhiều phương án của sơ đồ dạng ma trận. Bạn hãy gọi đó là sơ đồ ma trận “hai nhân với vô tận”. Như vậy bản chỉ có thể đỡ đầu cho hai người ở tầng một, bốn người ở tầng hai, tám người ở tầng ba, mười sáu người ở tầng bốn, vân vân………

Có ba điều nổi bật có một không hai ở sơ đồ nhị phận.

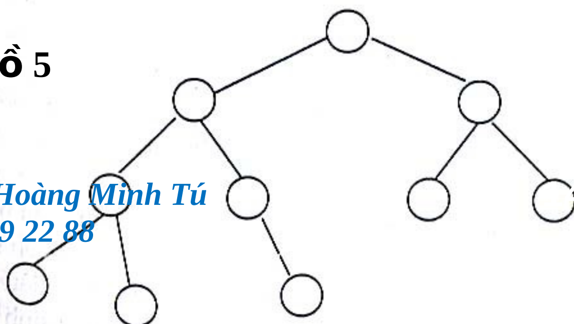
Thứ nhất, đó là trên thực tế không phải bạn đỡ đầu mọi người mà là bạn đỡ đầu cho các vị trí, hay “các nguồn lợi nhuận”, như đôi khi người ta

gọi chúng. Các nguồn lợi nhuận được xác định bởi khối lượng sản phẩm được mua hàng tháng.

Ví dụ như, nếu một đơn vị lợi nhuận bằng khối lượng sản phẩm 250USD, thì người tham gia vào mạng lưới kinh doanh với 750USD khối lượng sản phẩm sẽ thu về 3% lợi nhuận. Cho nên, ví dụ nếu như bạn đỡ đầu một chị Mary, người có 750 USD khối lượng sản phẩm như chúng ta vừa nói, thì thực tế, bà ấy sẽ là một “vị trí:” của bạn ở tầng một và là hai trong số bốn “vị trí” ở tầng 2 của bạn

Nét đặc trưng độc đáo thứ hai của các sơ đồ Nhị phân là người đỡ đầu có thể lại một lần nữa ký vào mạng lưới của chính mình. Như vậy, theo ví dụ đã dẫn trước, nếu bạn có 500USD khối lượng sản phẩm, bạn lại có thể tham gia vào mạng lưới ở một vị trí khác dưới chị Mary. Khi đó, mạng lưới của bạn sẽ có cấu trúc như sơ đồ sau:

Sơ đồ 5



Hãy cùng xem xét nét đặc trưng thứ 3 của sơ đồ Nhị phân. Bạn chỉ được nhận thù lao từ hai khối lượng sản phẩm tương đương ở cả hai nhánh. Như ví dụ đã nêu, mặc dù bạn có 10000USD của toàn khối lượng sản phẩm ở nhánh bên trái nhưng nhánh bên phải lại không mua chút sản phẩm nào, thì bạn sẽ không lĩnh được tiền thưởng. Rõ ràng, như các kiểu sơ đồ khác, ở đây có thể có một số ưu điểm nào đấy, nhưng tư tưởng chủ đạo là rõ rồi.

Chúng ta cùng quay trở lại một số khó khăn …..

Tôi sẽ bày tỏ thật lòng với các bạn. Tôi ghét cay ghét đắng sơ đồ Nhị phân, tựa như nó là thuốc độc vậy. Tôi cho rằng, đó là kiểu sơ đồ mạo

hiểm nhất trong tất cả các kiểu sơ đồ đang có hiện nay

Tôi không phải là luật gia nhưng tôi am hiểu hơn rất nhiều luật sư về vấn đề chính quyền nhìn nhận kinh doanh theo mạng như thế nào. Ý kiến cá nhân của tôi là sơ đồ Nhị phận tạo ra nhiều cơ hội để lợi dụng người khác và điều đó tất yếu sẽ gặp rắc rối vơí pháp luật

Tôi cho rằng hệ thống các nguồn thu nhập là vấn để chủ yếu. Xét về bản chất nó dường như được tạo nên để lợi dụng. Trong một số trường hợp người ta khuyến khích mọi người có được “nguồn “ thu nhập trị giá 5. 000USD hay 10. 000USD để trong thời gian ngắn được đạt tới cấp độ cao hơn, được hưởng hoa hồng hay phần thưởng trả bằng ô tô. Đó chính là một trong những kiểu “tấn công ép buộc” mà cách đây không lâu được những Công ty vô đạo đức sử dụng. Rất giống với sơ đồ của Ponzy, nó lợi dụng sự hám lợi của một ứng cử viên, làm mất hết lý trí của anh ta và biến anh ta thành kẻ ngốc nghếch. Đôi khi phân phối viên phải bỏ một số

tiền rất lớn khi mua các "nguồn lợi nhuận" để làm cân bằng khối lượng sản phẩm ở cả hai nhánh. Kiểu gì thì khi những phân phối viên đầu tư một khoản tiền khá lớn, cũng sẽ ồn ào lên về khả năng kinh doanh và rồi hàng loạt những vấn đề liên quan đến pháp luật sẽ nảy sinh (vì vậy mà sơ đồ này không được nhân rộng)

Tôi cho rằng một vấn để khác nữa của một số Nhị phân là chủ yếu chúng được lập ra như là kế hoạch làm giàu cho những "tầng trên" để thưởng công cho Công ty và một số phân phối viên cao cấp

Nếu bạn muốn thành lập Công ty, phát triển nhanh chóng và hoạt động tích cực trong 2-3 năm, để sau đó chuồn mất với hàng triệu đô la trong túi thì khi đó sơ đồ Nhị phân chính là sơ đồ dành cho bạn. Phần lớn những Công ty có sơ đồ Nhị phân đều trả lương theo tuần, còn bất kỳ khối lượng sản phẩm nào không "tương đương" với khối lượng ở nhánh thứ hai đều bị mất đi (điều đó có nghĩa là bạn sẽ không được lĩnh phần thưởng từ khối lượng này). Nhờ thế xuất hiện một Công ty

phát tài – trong Công ty này chỉ có một số phân phối viên giàu có còn phần lớn là những con người nhỏ bé không kiếm nổi thậm chí 10 xu (và sau đó họ nguyền rủa kinh doanh theo mạng)

Sơ đồ này là ý tưởng đối với những “người bị kích thích mạnh” vì trong chốc lát họ có thể có rất nhiều “nguồn thu” và nhận được một số tiền thù lao khá lớn ngay trong tuần đầu tiên. Tất nhiên phần lớn sồ tiền thù lao này là từ tiền của chính họ, nhưng những phân phối viên đầy tiềm năng của họ không biết điều đó. Những phân phối viên tầm cỡ có thể khẳng đĩnh rằng họ đã xây dựng được một mạng lưới gồm 50000 người trong vòng 6 tháng. Trên thực tế họ chỉ có 30000 hoặc 40000 cộng tác viên, nhiều người trong số họ hoặc tất cả những cộng tác viên này lại ký vào mạng lưới nhiều lần. Thiếu sự bảo vệ khỏi sự “tấn công ép buộc” và với trò ký mình vào mạng lưới nhiều lần, tôi có thể thấy trước rằng những Công ty có sơ đồ Nhị phân sẽ gặp nhiều rắc rối phức tạp với pháp luật

Nếu không phải những vấn đề pháp luật,

thì tôi cũng không thích kiểu sơ đồ này vì mọi người có tể ký nhiều lần vào mạng lưới, mà điều đó lại làm cho việc tư vấn và chỉ đạo mạng lưới trỡ thành một vấn đề kinh khủng. Điều đó không tránh khỏi sự chồng chéo giao nhau giữa các nhánh trong mạng lưới cũng như sự hủy bỏ mạng lưới đó. (Điều này sẽ được trình bày rõ hơn ở chương sau). Khi đề cập đến vấn để này tôi cần phải nêu ra vấn đề sau đây

Hiện tại có một số Công ty mới áp dụng sơ đồ Nhị phân nhưng đưa vào một số thay đổi tiến bộ hơn để có thể tin chắc rằng các phân phối viên làm kinh doanh một cách hợp đạo đức. Có lẽ, hai sự thay đổi quan trọng hơn hết trong đó là:

1. Cấm tạo ra phần thừa cho khối lượng sản phẩm mà có thể bị "thủ tiêu" vào cuối tuần

2. Cấm các phân phối viên mua sản phẩm với tổng lượng lớn

Hai sự thay đổi này phần nào giảm sự lo lắng của tôi về vấn đề luân thường đạo lý của Sơ

đồ Nhị phân. Nhưng dẫu sao tôi không hề thích thú với chúng do những khó khăn trong việc tư vấn và đào tạo. Nhưng phải lưu ý một điều rằng có rất nhiều người ủng hộ Sơ đồ Nhị phân. Họ sẵn sàng đổi lợi ích của việc đào tạo để lấy những cái độc đáo khác của Sơ đồ Nhị phân mà họ cho là ưu việt.

Còn một khuynh hướng nữa mà tôi nhận thấy, đó là sự xuất hiện của rất nhiều sơ đồ lai tạp mà nó gắn kết các thành tố của một số (hoặc tất cả) các loại sơ đồ. Có một Công ty tương đối mới đang hoạt động, Công ty sản xuất các loại chất bổ sung dinh dưỡng. Công ty này trả lương cho nhân viên của mình căn cứ vào ba sơ đồ trả thưởng khác nhau. Bằng cách sơ đồ bình thường ở mức độ nhất định, và như vậy, Công ty cho phép các phân phối viên kiếm lợi một cách hợp pháp (mặc dù không đơn giản chút nào)

Tổng kết phần này, tôi cho rằng có một điều không kém phần quan trọng là bạn phải biết tất cả các "đầu vào" và "đầu ra" của sơ đồ trả thưởng mà bạn đang nghiên cứu, để làm sao bạn

có thể hành động một cách đúng đắn và phù hợp. Bạn chọn kế hoạch nào, điều đó không có nghĩa gì cả, mà quan trọng là cuối cùng thành công của bạn phụ thuộc vào sự nỗ lực mà bạn dành cho công việc kinh doanh của mình. Bạn đừng quên điều đó

Còn bây giờ chúng ta cùng quay trở lại vấn đề, phải chú ý đến những yếu tố gì nữa khi lựa chọn Công ty.

CƠ CẤU CỦA SỰ HỖ TRỢ

Hiện nay cơ cấu của sự hỗ trợ của Công ty là như thế nào? Công ty mà bạn quan tâm có xuất bản thông báo thông tin hàng tháng hay không? Trong thông báo thông tin của Công ty có ghi những thành tựu, những đặc trưng của sản phẩm hay không, thông tin về cơ cấu kinh doanh có được giới thiệu hay không hay đây chỉ đơn giản là bộ sưu tập các chứng cứ về sự khỏi bệnh nhờ những thần dược, do đó Công ty này chắc chắn sẽ bị chính quyền đóng cửa? Những hội thảo và các buổi đào tạo dành cho phân phối viên ở các tầng khác nhau có được Công ty tiến hành hàng năm không?

Ở đó có hệ thống điện tín, những hội nghị theo chuyên đề hay các cuộc gặo gỡ thường xuyên không?

Các tư liệu có được chuẩn bị một cách chuyên nghiệp không? Chúng có dựa trên sản phẩm chúng có lợi cho kinh doanh không? Như tôi

được biết, đó là điểm yếu của hần lớn Công ty và thực ra là tôi muốn nói đến đa số các Công ty, chứ không phải chỉ là những Công ty mới thành lập. Có hai vấn đề cơ bản tồn tại mà theo tôi, chúng tôi luôn lặp lại.

VẤN ĐỀ THỨ NHẤT

Tất cả các tư liệu của Công ty hoàn toàn nhằm vào sản phẩm, còn cơ hội kinh doanh hoặc hoàn toàn không được nhắc đến hoặc nếu có thì cũng chỉ như một ý nghĩ thoáng qua trong đầu một cách muộn màng. Vấn đề này là vấn đề thường xuyên gặp phải, vì phần lớn những người phụ trách điều hành của các Công ty kinh doanh theo mạng đều không hiểu bản chất của kinh doanh. Họ không hiểu về khái niệm sao chép (nhưng tôi chưa thấy ai thú nhận điều này) Họ nghĩ rằng đây là kinh doanh buôn bán. Và kết quả là họ tiếp xúc xuất bản các cuốn sách nhỏ về sản phẩm, họ phát hành các băng cassette, băng hình, thuyết phục đội ngũ phân phối viên của mình bằng những điều nhỏ nhặt tầm thường và ngu ngốc, ví dụn như: "Sản phẩm này sẽ tự nó bán nó" và những điều vớ vẩn tương tự khác. Anh ứng cử viên kia không được kể gì về hình thức kinh doanh này hoạt động ra sao, kiếm ra tiền như thế nào hay thậm chí, đây là loại kinh doanh gì. Lần đầu, khi ai đó nói với bạn: "Sản phẩm này

chính nó tự bán nó". Thì bạn có thể trả lời: "Thế thì bạn còn cần tôi làm gì nữa! "

VẤN ĐỀ THỨ HAI

Tất cả các tài liệu về kinh doanh đều nhằm vào tính chất của kinh doanh chứ không phải vào lợi ích của nó. Tôi muốn nói là tất cả những gì liên quan đến Công ty, đến sản phẩm hay đến sơ đồ trả thưởng đều là: "bản chất" kinh doanh. Tất cả những gì liên quan đến anh ứng cử viên nọ đều là "lợi ích" kinh doanh. Lợi ích kích thích ứng cử viên hành động. Tuy vậy, thậm chí với cả một đội quân săn lùng bạn cũng sẽ không tìm thấy trong 90% tư liệu kinh doanh một tí miêu tả nào về lợi ích.

Bạn hãy xem qua các tài liệu của Công ty mà bạn đang quan tâm. Chẳng lẽ cái đập vào mắt bạn đầu tiên là thương hiệu của Công ty hay sao? Hay là chân dung của người sáng lập ra Công ty? Hay mấy bức ảnh chụp toàn nhà? Trong các tài liệu có phải là toàn những chuyện nhảm nhí về danh tiếng và tuổi tác của Công ty, hay những chuyện như thời phổ thông những người sáng lập Công ty đã học ở những trường nào và họ đã đi đến những nơi đâu để tìm ra

các thành phần hợp thành cho sản phẩm không? Tất cả cái đó là tính chất kinh doanh và không có ý nghĩa gì với anh ứng cử viên kia cả.

Trong Công ty có hay không cuốn băng video về quy trình sản xuất thuốc, quy trình đóng chai, đóng hộp. Bạn sẽ hiểu ý tôi rồi, phải không! Tất cả những thông tin này cũng đều là "tính chất" của kinh doanh. Để các tư liệu về kinh doanh trở nên có hiệu quả, chúng cần phải để cập đến "ứng cử viên" đến con người và lợi nhuận chứ không phải chỉ đơn thuần là miêu tả tính chất kinh doanh.

Nếu trong giấy tờ viết: "Chúng tôi là Công ty được thành lập từ 11 năm trước" – đó chính là tính chất. Nhưng nếu trong đó viết: "Tương lai của các bạn sẽ được bảo đảm, vì chúng tôi thành lập Công ty được 11 năm rồi" – đó chính là một lợi ích cụ thể

Nếu trong tài liệu thông báo: "Chúng tôi có quỹ ô tô.. " đó là tính chất. Nhưng nếu nói: "Khi bạn trở thành một Thủ lĩnh Vàng, bạn sẽ nhận

được một chiếc ô tô miễn phí …” đó là lợi ích

Tôi không tài nào hiểu nổi tại sao lại có nhiều Công ty đến thế mắc một hoặc hai lỗi lầm, nhưng phần lớn họ vẫn mắc phải. Hiệu quả của tư liệu kinh doanh mà bạn sẽ phải làm việc với nó sẽ có ảnh hưởng lớn đến thành công của bạn, vì vậy bạn hãy đánh giá chúng rất cẩn thận.

Dữ kiện tiếp theo cần phải tính đến khi lựa chọn Công ty là:

TRÁCH NHIỆM CỦA CÔNG TY

Nếu Công ty cung ứng hàng hoá chậm và không trả hoa hồng hàng tháng đúng lúc, thì lời khuyên của tôi cho bạn là: hãy bỏ Công ty đó đi. Từ kinh nghiệm cá nhận tôi biết rằng nếu Công ty không có vốn và hàng dự trữ để thanh toán tiền lương và dự trữ hàng hoá thì tình hình chỉ có thể xấu đi nếu Công ty đó bắt đầu phát triển.

Thậm chí những Công ty phát đạt nhất đôi khi cũng gặp khó khăn do thiếu sản phẩm, nhưng lại vẫn muốn đáp ứng các nhu cầu về hàng hoá. Mặc dù chẳng ai thích thú gì khi gặp phải khó khăn nhưng những khó khăn này thật ra đáng được yêu thích

Nếu nói chung, Công ty được điều hành tốt và xuất xưởng hàng hoá đúng hạn định thì một lỗi lầm tình cờ cũng có thể bỏ qua. Nhưng nếu Công ty luôn luôn gửi hàng muộn và không thường xuyên thanh toán hoa hồng thì đó là dấu hiệu chắc chắn của một Công ty đang có vấn đề.

NHỮNG SUY NGHĨ CUỐI CÙNG VỀ VIỆC LỰA CHỌN CÔNG TY

Bạn đã thấy rằng trong mỗi trường hợp tôi sử dụng "số ít" chứ không phải là "số nhiều" **Tôi không nghĩ rằng, có ai đó tạo dựng được hai chương trình liền một lúc.** Đó là đề tài tranh cãi với bọn "vô gia cư" của MLM. Họ luôn ký nhiều hợp đồng điên rồ cùng một lúc, thêm vào đó, một hay một vài Công ty trong số đó đang nằm trên bờ vực của sự phá sản. Và họ sử dụng điều đó như một lí do để biện hộ cho việc cần thiết phải tham gia vào khối lượng lớn các chương trình kinh doanh theo mạng – vì cần phải đa dạng hóa và giữ vững được thu nhập của mình mà! Tất cả các thể loại logic rắc rối đó bạn sẽ tìm thấy trong các lí do họ đưa ra để bảo vệ quan điểm của mình:

"Công ty A có các loại chất bổ sung dinh dưỡng, Công ty B có các chất tẩy rửa dân dụng, chính vì thế họ không là đối thủ cạnh tranh với nhau. Bạn cần thiết lập quan hệ với cả hai. Còn Công ty C có chương trình dài hạn, là chương

trình phụ lý tưởng. Công ty D đề cử chương trình tặng ô tô miễn phí – đây hoàn toàn là chương trình lý tưởng vì Công ty D có phương tiện để rửa ô tô”

Thậm chí, nếu sản phẩm của hai Công ty không cạnh tranh với nhau thì chúng lại cạnh tranh với nhau về cơ hội kinh doanh. Cơ sở dịch vụ ô tô Shell sẽ không mở thêm cơ sở Ehhop ở phía bên đường. Điều đó sẽ thật ngu ngốc. Anh tranh với chính mình để làm gì? Mặc dù có xuất huện những người dường như xây dựng khá thành công các tổ chức ở những Công ty khác nhau nhưng khi nghiên cứu kỹ hơn thì thấy là trên thực tế không hoàn toàn như vậy

Chúng ta hãy lấy vị chuyên gia và người chỉ đạo mà chúng ta đã nhắc đến trước đây làm ví dụ. Mặc dù anh ta tham gia vào hàng tá các chương trình cùng một lúc, bạn không thể bắt chước anh ta bởi một số nguyên nhân

Thứ nhất, vì những chương trình này không phải là nguồn thu nhập chính của anh ta. Đối với anh ta nó chỉ là phương thức kiếm tiền đơn giản

sau khi bán tư liệu kinh doanh và các cuộc thảo luận

Thứ hai, bạn không thể nhờ các tài liệu kinh doanh và các cuộc thảo luận đó để tư vấn khách hàng như anh ta.

Và nguyên nhân cuối cùng; anh ta luôn tìm kiếm những công việc "nóng hổi" (cứ 6 tháng một hay 1 năm một lần)

Còn bạn thì đang hướng đến mục đích hoàn toàn khác cơ mà – có thu nhập ổn định và bảo đảm

Vâng, đúng là có những người có thu nhập từ mấy chương trình cùng một lúc. Nhưng theo kinh nghiệm của bản thân, tôi biết nếu đó là thu nhập lớn thì nó phải là từ một chương trình nào đó thôi. Nói cách khác, họ xây dựng lên được một tổ chức ổn định và tạm nghỉ khỏi công việc. Sau đó họ tham gia vào một Công ty khác và xây dựng một mạng lưới khác, nhưng không bao giờ động chạm đến những người ở mình ở mạng lưới đầu

tiên. Nếu bạn muốn xây nhà nghỉ ở ngoại ô, thì thật ngu ngốc nếu bạn lấy các ván gỗ từ ngôi nhà mình trong thành phố để xây.

Làm việc cho vài Công ty cùng một lúc có thể có sức cám dỗ ghê ghớm. Các loại sản phẩm được mua với giá khuyến mãi. …Những số tiền thưởng …. Những chiếc ô tô sang trọng, những cuộc du ngoạn lý thú và những phần thưởng hấp dẫn mà bạn sắp được nhận……..

Thực tế không phải như thế. Hệ thống của một Công ty hoàn toàn đối lập với hệ thống của Công ty khác. Cần phải mua biết bao nhiêu tài liệu, tham dự biết bao nhiêu cuộc gặp gỡ và nghiên cứu biết bao nhiêu chương trình đào tạo, đến nỗi các phân phối viên của bạn lúng túng,rồi trở nên tê liệt và không hoạt động được.

Đây, một chuyện nữa trong đời tôi. Tôi đã thử tham gia vào vài chương trình liền một lúc như một số nhân tài trong kinh doanh theo mạng. Tất cả chúng tôi đều đã nếm mùi thất bại. Thậm chí, ngoại trừ sự tham gia của một số người của

một kinh doanh theo mạng tôi chưa gặp một người nào tạo dựng được hai mạng lưới thành công cùng một lúc.

Lời khuyên của tôi là: tốt hơn hết bạn hãy dành thời gian để lựa chọn cho mình một chương trình phù hợp và sau đó hãy dồn toàn tâm toàn ý của mình cho nó.

CHƯƠNG IV

ĐỂ THÀNH CÔNG CẦN PHẢI CÓ MỘT HỆ THỐNG

Vào những năm 70 hình thức kinh doanh nhượng quyền đã tạo ra một cuộc cách mạng trong kinh doanh. Khái niệm đã từng là đề tài còn tranh cãi lúc bấy giờ, là Công ty mẹ (franchizer) đưa ra kế hoạch kinh doanh, bao gồm việc lựa chọn địa điểm, các nguyên tắc làm việc, những đòi hỏi đối với sản phẩm và việc đào tạo công nhân. Nó thể hiện kiến thức hiểu biết, kinh nghiệm cũng như một hệ thống hoàn thiện về đầu tư và chi trả phần trăm hoa hồng cho việc bán hàng

Người được nhượng quyền kinh doanh (franchizy) phải trả phần trăm từ thu nhập của mình, nhưng đồng thời anh ta có rất nhiều cơ hội để thành đạt trong lao động. Những nghiệp vụ kinh doanh này được gọi là kiểu: chìa khóa trao tay". Nói cách khác, tức là bạn chỉ việc vặn chìa

khóa và mở cửa bước vào kinh doanh. trong lao động có những thủ tục cần phải giải quyết dần dần từng bước một, từ những chi tiết đơn giản nhất (sử dụng loại que hút nào) đến những việc phức tạp nhất (phải bố trí các dụng cụ nhà bếp ra sao cho có hiệu quả nhất)

McDonald"s, tất nhiên là một ví dụ tuyệt đỉnh vô song. Bạn thử rẽ vào bất kì một cửa hàng nào – ở bất cứ đâu vào lúc 7 giờ tối bạn sẽ gặp một công nhân tuổi chừng 19-20, vừa qua tuổi thiếu niên. Rất có thể là, anh chàng 19 tuổi này có một người mẹ, bà không cho phép cậu đi lại bằng xe Volvo của bà, vì không tin tưởng cậu. Nhưng đồng thời, chính chàng thanh niên 19 tuổi này đang đảm nhiệm xuất sắc chiến dịch bán hơn 3 triệu đô la 1 năm. Như vậy, bí quyết là ở đâu?

Ở HỆ THỐNG

Đó là một trong những hệ thống đầy đủ nhất, đặc biệt nhất và đã được kiểm nghiệm nhất trong tất cả các hệ thống có trên đời. Hệ thống này có khả năng biến một cậu thiếu niện 15 tuổi thành một người làm việc có hiệu quả. Từ một đến ba mẫu sản phẩm để trong túi này, từ 4 đến 6 mẫu sản phẩm để trong túi cỡ khác, kia là loại giấy ăn bạn dùng; kia là cửa hàng bạn mua chúng; còn đây là một ngày trong tuần bạn đặt mua chúng; còn đây là ngày bạn sẽ nhận chúng

Có thể nói, trong quân đội cũng như vậy, những chàng trai 18 tuổi điều khiển các máy bay phản lực đáng giá hơn cả tổng sản phẩm quốc dân của một số nước đang phát triển. Nhưng luôn có sự kiểm tra trước khi bay, trong khi bay và sau khi bay, kiểm tra chỉ vì kiểm tra mà thôi

Kiểu hệ thống này tạo ra một bước nhảy vọt trong thông số thành công của các Công ty mới khởi nghiệp. Bây giờ cũng như trước, các

franchizer thành đạt nhiều hơn những doanh nhân truyền thống

Vào những năm 70 người lái xe tải và là người vận chuyển bia bắc Carolina đã tạo ra một bước ngoặt trong hệ thống ngành công nghiệp kinh doanh theo mạng. Việc đó xảy ra sau khi người lái xe này, chàng trai tên là dexter Yeger trở thành thành viên của tập đoàn Amway. Mặc dù tập đoàn này đã tồn tại nhiều năm nhưng thành viên của Công ty chỉ là một vài thương gia bán lẻ bận rộn, gõ cửa từng nhà mời mua xà phòng. Yeger đã thấy khả năng có thể thành lập được một mạng lưới kinh doanh.

Vào thời điểm đó tập đoàn Amway không có hệ thống thực sự làm cho mạng lưới trưởng thành và phát triển. Hệ thống của tập đoàn này chỉ làm việc buôn bán lẻ. Bản năng sống của của Dexter, trí khôn nghiệp vụ đã giúp ông và vợ ông là Berdi thành lập được hệ thống nhân rộng cho tổ chức của mình. Yeger bắt đầu tạo dựng hệ thống của mình và lịch sử bắt đầu ở đây. Năm ngoài tổ chức hệ thống của mình và lịch sử bắt

đầu ở đây. Năm ngoái tổ chức của ông với hàng trăm nghìn phân phối viên trên toàn thế giới đã tổ chức bán lẻ hàng hoá trên các vùng với tổng giá trị lên tới vài tỉ đô la.

Những phân phối viên khác của Amway – những người nổi tiếng nhất trong số họ là Bill bà Peggi Breatt, Ron và Georgia Lee – Perear – đã noi theo gương của những người này. Việc phân phối là đặc trưng đầu đẳng của sức mạnh của hệ thống được sao chép và của thu nhập suốt đời do hoa hồng mang lại. Mục đích của bạn là tìm ra tổ chức có hệ thống được sao chép hoàn hảo. Như tôi đã nhận xét, vấn đề sẽ đơn giản đi rất nhiều khi Công ty tạo cho bạn một kết cấu cơ sở. Bạn chỉ còn cần áp dụng với hạn chế tối đa những sai sót, vào nhánh người mà bạn đỡ đầu.

Còn bây giờ chúng ta hãy cùng nghiên cứu KHÁI NIỆM HỆ THỐNG và tại sao nó lại quan trọng đối với bạn như thế.

Hệ thống phải mô phỏng và giải thích toàn bộ quá trình làm việc một cách đầy đủ. Phân phối

viên phải làm theo hướng dẫn, bắt đầu từ vấn đề phải tìm những người có triển vọng ở đâu, phải tiếp xúc với họ như thế nào, phải đỡ đầu họ ra sao, hướng dẫn họ đạt được cấp bậc cao trong kinh doanh như thế nào. Để những điều tôi trình này được đơn giản, dể hiểu hơn, trong cuốn sách này tôi sẽ sử dụng cụm từ “cấp bạc cao” Thuật ngữ này dùng để nói về những người có triển vọng ở đâu, phải tiếp xúc với họ như thế nào, phải đỡ đầu họ ra sao, hướng dẫn họ đạt được cấp bậc cao trong kinh doanh như thế nào. Để những điều tôi trình bày được đơn giản, dễ hiểu hơn, trong cuốn sách này tôi sẽ sử dụng cụm từ “cấp bậc cao” Thuật ngữ này dùng để nói về những người đạt thứ hạng cao trong sơ đồ trả thưởng của bạn, cũng có nghĩa là những người trở thành Giám đốc Kim cương, những phó chủ tịch hay những điều phối viên chính. Cách biểu hiện này xuất hiện vì sau khi đạt được cấp bậc cao những phân phối viên sẽ nhận được những chiếc huy hiệu đặc biệt. Mỗi cấp bậc trong quá trình này phải được đánh dấu và giải thích rõ ràng cho nhà phân phối vào một thời điểm nhất định

Chú ý! Kiến thức mà bạn có được qua cuốn sách này là hệ thống của riêng tôi. Nếu bạn tìm thấy sự khác nhau giữa những gì tôi nó và những gì bạn đang làm hiện nay thì bạn hãy hỏi ý kiến người đỡ đầu của bạn trước khi thay đổi một cái gì đó.

BƯỚC THỨ NHẤT – CÁCH TIẾP CẬN BAN ĐẦU

Đây là bước xác định, xem người trước mắt bạn là ai – là người ngẫu nhiên hay một nhà phân phối đầy tiềm năng. Điều đó có thể làm rõ nhờ những câu hỏi "định vị" hoặc kết hợp với các dữ liệu ban đầu. Chúng ta sẽ đề cập đến vấn đề đó với các dự liệu ban đầu. Chúng ta sẽ đề cập đến vấn để đó một cách sâu hơn ở phần "Nói chuyện với mọi người như thế nào" Cách tiếp cận ban đầu xác định một loạt các phương thức bạn xác định xem, có nên tiếp tục tiến hành các bước tiếp theo hay không

BƯỚC THỨ HAI – BUỔI GIỚI THIỆU

"CÁI NHÌN ĐẦU TIÊN"

Ở đây bạn giới thiệu ngắn ngọn những cơ hội, kể cả mô tả sản phẩm. Thường thì việc đó diễn ra trong không khí "một chọi một" ở một nơi yên tĩnh (ví dụ như trong nhà bếp của ứng cử viên

hay trong tiệm càfê). Nếu bạn là người mới, tốt nhất là hãy đề nghị người đỡ đầu của bạn cùng có mặt trong buổi giới thiệu. Nếu bạn tổ chức giới thiệu cho cả một nhóm người trong phòng khách nhà bạn thì bạn cũng nên làm như thế.

Cuối buổi giới thiệu, ứng cử viên cần phải nhận tài liệu của bước thứ hai – Tập tài liệu của Công ty, được biết như "Tài liệu giao về nhà". Mỗi phân phối viên cần phải được giải thích rõ ràng rằng ở bất kỳ cấp độ nào bộ tài liệu này đều phải bao gồm những tài liệu tương tự nhau.

BƯỚC THỨ BA – GIỚI THIỆU ĐẦY ĐỦ

Trong trường hợp này ứng cử viên có mặt trong buổi giới thiệu đầy đủ. Thường thì đây là cuộc họp có nhiều người được tiến hành trong nhà hay khách sạn, mặc dù việc này cũng có thể tiến hành theo kiểu "một chọi một". Lần này mọi người có kỳ vọng cần được nhận tập tư liệu đặc biệt (tập tài liệu với thông tin tiếp theo)

BƯỚC THỨ TƯ – QUÁ TRÌNH TIẾP THEO

Bước này là sự có mặt của người có kì vọng trong cuộc giới thiệu khác có qui mô lớn hơn nữa (ví dụ, trong cuộc họp công khai ở khách sạn lớn) hoặc anh ta lại được nhận một tập tài liệu thông tin với yêu cầu đi đến quyết định. Bạn hãy hỏi ý kiến người đỡ đầu của bạn

Trong bất kỳ trường hợp nào, tập tài liệu thông tin và tất cả các thể thức cần phải đồng nhất cho mỗi phân phối viên ở bất kỳ cấp bậc nào.

BƯỚC THỨ NĂM – KÝ HỢP ĐỒNG

Bước này chỉ có thể được thực hiện trong trường hợp nếu ứng cử viên đồng ý và sẵn sàng trở thành phân phối viên.

Chú ý! Đôi khi điều đó có thể xảy ra ở bước thứ hai trong buổi giới thiệu hoặc có bước thứ ba, có khi ở bước thứ tư. Mỗi ứng cử viên có triển vọng đều có tốc độ riêng.

Có điều rất quan trọng là nếu ứng cử viên

sẵn sàng tham gia vào tổ chức ngay từ bước thứ hai (như thế thì rất tuyệt vời) chúng ta vẫn phải giới thiệu cho anh ta (hoặc cô ta) những thông tin về các bước tiếp theo **để giữ tính chất toàn vẹn của hệ thống**

Cũng như tất cả các bước trên, quá trình ghi chép cần phải được giải thích một cách cẩn thận, kỹ càng từng bước một. Bạn đã được đào tạo như thế nào thì người ở tầng thứ 25 xa tắp mù khơi trong mạng lưới của bạn cũng sẽ phải được đào tạo như vậy.

Năm bước này là nền tảng cho hệ thống của bạn. Chương trình mà bạn tham gia không quan trọng, quan trọng là quá trình của những chương trình khác nhau phải là đồng nhất, dù vậy bạn phải bàn với người đỡ đầu của bạn về một số điểm. Những bước tiếp theo có thể sẽ khác nhau phụ thuộc vào chương trình. Những bước đó bao gồm việc điều khiển tổ chức và sự phát triển tư chất của những người đứng đầu. Chúng ta sẽ đi sâu vào vấn đề này hơn trong phần "Chiều sâu của quá trình tạo dựng" và "Chiến lược về thủ

lĩnh" Ở hai chương này chúng ta cùng xem xét đặc trưng của 5 bước đầu tiên, cũng như là phần còn lại của hệ thống của tôi.

Nhìn một cách tổng thể, bạn hãy hình dung hệ thống ở dạng của một quá trình liên tục và hoàn chỉnh mà bất cứ một người nào muốn tham gia vào tổ chức của bạn – chẳng hạn như một bác sỹ hay một cô bồi bàn, một tiến sỹ khoa học hay một sinh viên bị đuổi học vì lực học đuối – đều có thể làm theo được. Điều đó cũng có nghĩa là bạn phải sẵn sàng bay tới thành phố xa cách chỗ bạn 3. 000 dặm và làm việc với người ở tầng thứ 50, người mà bạn chưa bao giờ gặp trước đây, và dạy cho họ những nguyên tắc và các đặc trưng của kinh doanh theo mạng mà họ đã nghe được từ những người ở tầng thứ 49 của bạn.

TẠI SAO VIỆC ĐÓ LẠI QUAN TRỌNG ĐẾN THẾ?

Vì hai nguyên nhân:

Thứ nhất – đó là vì lợi ích của bạn

Thứ hai – đó là vì lợi nhuận cho tổ chức của bạn

Hãy cho phép tôi giải thích để bạn hiểu.

Nguyên nhân tại sao hệ thống rất quan trọng đối với bạn, là nó làm thu nhập kiểu "bản quyền" từ tổ chức của bạn trở nên dễ dàng hơn. Còn một hệ thống nhịp nhàng, bạn và sự tham gia của bạn sẽ không còn quan trọng như thế nữa đối với quá trình. Khi không có bạn hệ thống vẫn tiếp tục độc lập hoạt động

Phần lớn những người, thậm chí là những người đạt nhất trong kinh doanh theo mạng cũng không có hệ thống của riêng mình. Họ thành đạt bởi họ đã tạo dựng được một mạng lưới nhờ năng khiếu bán hàng của mình, nhờ năng khiếu tổ chức các cuộc họp lớn hoặc nhờ sức lôi cuốn của mình. Họ gửi đi 20 tấm thiệp mừng trong một ngày, họ gọi điện cho các cộng tác viên của mình một ngày năm lần, họ luôn có mặt trong các cuộc họp, họ bị biến thành những cỗ máy đỡ đầu suốt ngày đêm. Tôi biết một người mà một ngày anh ta

ký được 30 người vào mạng lưới của mình. những người này đỡ đầu cho hàng trăm phân phối viên một năm…,để thay thế cho hàng trăm phân phối viên khác đã bỏ đi. Họ tham gia phát biểu tại những cuộc họp của Công ty, họ ở nhà lầu đi xe hơi, họ kiếm được nhiều tiền. Nhưng đổi lại họ không được sống một cuộc sống tự do theo ý mình khi luôn phải chuẩn bị cho tương lai. Trước đây thì họ đã từng làm nô lệ cho các ông chủ, còn bây giờ họ biến thành nô lệ của kinh doanh.

Những việc mà những người này làm rất có hiệu quả. Vấn đề là ở chỗ những việc họ làm không được nhân rộng. Họ làm việc vất vả, họ muốn luôn được tốt hơn như **cách xây dựng doanh nghiệp của họ người bình thường không thể bắt chước được.** Khi đạt được một chút thành công, có thể là họ kiếm được tiền trong kinh doanh theo mạng nhiều hơn tiền họ kiếm được torng công việc trước đây, nhưng dẫu sao họ cũng đang bị ràng buộc. Tồi tệ hơn họ không thể cho người khác biết, phải khôn khéo thoát khỏi cạm bẫy như thế nào, vì chính họ đã rơi vào

bẫy đó

Khi đã lập ra một hệ thống hoàn chỉnh có thể được nhân rộng, bất kỳ người nào, dù là người quảng giao, xởi lởi hay người kín đáo, khiêm tốn đều có thể làm kinh doanh theo mạng được. Một tiên đề quan trọng nhất trong kinh doanh cần ghi nhớ đó không phải là "Cái đó có thuận chèo mát mái hay không?", mà là "**Cái đó có khả năng được sao chép hay không? "**

Cho phép tôi dẫn ra một ví dụ. Giả sử để được kí các phân phối viên mới, bạn đã phải quảng cáo trong giải siêu cúp về Bowling. Và bạn ký được 10 nghìn phân phối viên trong một đêm. Nhưng bao nhiêu người trong số họ có thể trả 1,5 triệu đô la cho tờ quảng cáo ở giải cúp này? Có thể, chỉ một hoặc hai người mà thôi. Và họ sẽ làm gì trong thời gian giữa giải siêu cúp này và giải siêu cúp sau? Chẳng làm gì cả. Bạn kí được phân phối viên cho mình như thế nào thì họ cũng sẽ kí phân phối viên cho mình y như thế. Tất nhiên, kịch bản này đã được thực hiện thành công: tức là đã kí được 10. 000 thành viên mới. Nhưng khó có

thể “dững lại vở kịch này” một lần nữa

Hệ thống sao chép bảo vệ những người mới của bạn khỏi chính họ. Và đây là lý do. Giả sử, bạn ở Công ty “Shakly” và là người đỡ đầu cho một bác sỹ. Anh ta nghĩ rằng: “Sản phẩm này vừa có ích vừa bổ dưỡng. Nó sẽ giúp cho tất cảc các bệnh nhân của mình. Mình sẽ dùng nó trong thời gian điều trị”.

Và điều đó diễn ra suôn sẻ. Nhưng không được tái lặp. Theo kịch bản này, anh bác sĩ của chúng ta có thể bán số lượng lớp sản phẩm. Nhưng anh ta không thể xây dựng được mạng lưới kinh doanh quá 3 tầng. Vì lý do như sau

Kể cả nếu anh ta nói chuyện với mọi người về kinh doanh thì 99% trong số họ không bao giờ quan tâm đến điều đó. Trong tiềm thức, thậm chí nếu kinh doanh có sức thu hút mạnh bao nhiêu đdi chăng nữa thì họ cũng sẽ nghĩ rằng để tiến hành kinh doanh, lúc đầu họ phải trở thành bác sỹ, điều trị cho 30-40 bệnh nhân trong một ngày và kê đơn bán các sản phẩm này.

Nha sỹ, một người tham gia vào Công ty “Oxyfresh” và bán sản phẩm bảo vệ răng miệng vào giờ làm việc của mình cũng làm như vậy. Hoặc người phát thanh viên trên đài, quảng cáo sản phẩm trong chương trình phát thanh của mình. Hoặc là một huấn luyện viên của riêng ai đó tham gia vào Công ty “Envion” và giới thiệu sản phẩm trong phòng tập thể thao của anh ta.

Những kịch bản này đều được dựng nên kịch một cách suôn sẻ nhưng không được sao chép. Giá như mà tất cả những người này đều làm việc theo hệ thống (đặt ra những câu hỏi để xác định, đưa ra tập tài liệu thông tin về Công ty, tổ chức các buổi giới thiệu ……) thì những người muốn đến với kinh doanh mới có thể tin cậy và sao chép họ được. Như thế, bạn đã thấy rằng hệ thống không chỉ phục vụ cho lợi ích của bạn mà còn phục vụ cho lợi ích của các cộng tác viên của bạn nữa.

Cho phép tôi dẫn ra thêm một ví dụ nữa

10% dân số theo bản chất là những người

bán hàng. Họ thích bán hàng, họ biết làm thế nào để bán được tốt hơn, họ không sợ bị từ chối. Họ biết rằng, sau hàng loạt các câu từ chối thể nào cũng sẽ có người đồng ý. Những người kiểu này có thể mời những người hoàn toàn không quen biết đến để giới thiệu hình thức kinh doanh của mình với họ mà không thấy xấu hổ gì hết.

Nhiều người trong số những người này sẽ ký hợp đồng nhờ tài mưu trí của "những người bán hàng" của chúng ta. Và tất nhiên, 90% dânsố lại không biết bán hàng, và thậm chí nếu họ có lâm vào cảnh hoạn nạn họ cũng sẽ không nhờ đến người lạ. Và thế là họ gia nhập vào tổ chức, nhưng chẳng làm gì cả, để rồi cuối cùng lại từ bỏ nó

Những người bán hàng tài năng, các kỹ thuật và các phương pháp sẽ thật tuyệt vời khi nói về bán hàng. **Nhưng kinh doanh theo mạng không phải là kinh doanh buôn bán, mà nó là kinh doanh huấn luyện và đào tạo, kinh doanh sao chép.** Tài năng của người bán hàng giỏi rất cần trong cuộc bán đấu giá các ô tô cũ, nhưng lại

có thể làm hỏng việc trong kinh doanh theo mạng.

Khi một người như vậy gia nhập vào tổ chức của bạn và hành động đúng theo hệ thống thì **điều đó sẽ không để cho tài năng bán hàng của anh ra chống lại bản thân anh ta. Bạn và các cộng tác viên của bạn sẽ không có một công việc chắc chắn khi chưa làm theo hệ thống.** Hệ thống sẽ cho bạn khả năng làm ra tiền một cách dễ dàng.

Chúng ta hãy cùng quay trở lại ví dụ về các phân phối viên thành đạt mà không có hệ thống. Họ thành công nhờ lòng quyết tâm cao, nhờ khả năng bán hàng giỏi và nhờ sức quyến rủ của cá nhân. Họ kiếm được rất nhiều tiền và trong con mắt của mọi người trong mạng lưới họ là những thương gia cực kỳ thành đạt.

Nhưng nếu như họ đi nghỉ phép một tháng thì đồng tiền lợi nhuận của họ sẽ lung lay đi một chút. Nếu như họ đi vắng trong hai tháng lợi nhuận của họ sẽ giảm 30%. Nếu họ vắng mặt 3-4 tháng họ sẽ mất toàn bộ sự nghiệp kinh doanh

của mình. Nếu bạn làm việc theo hệ thống, bản chỉ cần tạo dựng nên mạng lưới vững chắc một lần thì kể cả khi bạn vắng mặt mạng lưới của bạn vẫn tiếp tục hoạt động. Bạn đưa hệ thống vào hoạt động, và bạn chỉ cần nổ máy là bánh xe có thể tự quay mà không cần có bạn. Đó là một điển hình cho công việc sử dụng sức mạnh đòn bẩy trong kinh doanh theo mạng

Vẫn còn điều rất quan trọng cần phải hiểu trong hệ thống; nếu bạn chưa trở thành thủ lĩnh của tổ chức; **bạn cần phải trung thành với hệ thống và không thay đổi gì trong đó hết.**

Do nguyên nhân sau đây. Giả sử, bạn không thích một cuộn băng cassette trong bộ "Tự liệu giao về nhà" lắm. Bạn thích một cuộc băng khác và bạn đổi lấy nó. Mọi người trong mạng lưới của bạn thấy thế và cho rằng thay đổi một ít trật tự trong hệ thống cũng là bình thường rồi.

Sau đó đến lượt họ không thích một cuốn sách nhỏ nào đó trong bộ tài liệu tiếp theo và họ dễ dàng đổi lấy một cuốn. Sách khác mà họ thích

hơn. Còn người ở tầng 3 của bạn qua đó chẳng nhìn thấy một hệ thống nào cả. Anh ta chỉ nhìn thấy một tấm gương "hãy chọn những gì mà bạn vừa lòng hơn và hãy tạo ra hệ thống riêng của mình"

Và điều đó nảy sinh hai vấn để cơ bản:

1. Bạn sẽ không thể làm việc và phát triển mạng lưới theo chiều sâu, vì những điều bạn truyền giáo sẽ đi ngược lại những gì mà họ biết được từ những người đỡ đầu của mình.

2. Mọi người chưa chắc đã muốn tham gia vào tổ chức của bạn nếu họ thấy rằng một trong những ưu thế hàng đầu là hệ thống nhất quán và đội ngũ những người đỡ đầu hoàn chỉnh lại không có trong mạng lưới của bạn.

Để trở thành một thủ lĩnh cừ khôi trong kinh doanh theo mạng cần phải khống chế được cái "tôi" của mình và noi theo hệ thống mà người đỡ đầu của bạn tạo lập nên.

Hiện tại người đỡ đầu của bạn đang chiếm vị trí mà bạn cũng muốn được chiếm, và an toàn sẵn sàng giúp bạn đạt được điều đó. Nếu bạn không cần tuân thủ theo hệ thống thì anh ta không thể giúp đỡ bạn một cách có hiệu quả được. Một trong những bí quyết của kinh doanh theo mạng là học cách xây dựng mạng lưới do bạn đỡ đầu, và bắt nó làm việc cho bạn. Nếu bạn không dựa vào hệ thống thì bạn đang trói buộc chân tay của cả mình lẫn họ. **Những người đỡ đầu của bạn sẽ không thể đào tạo mọi người trong mạng lưới của bạn nếu trước tiên không đào tạo lại bạn, đây là tình huống mà có thể mất tất cả**

Bạn cần phải tuân theo hệ thống, thậm chí nếu bạn không thích nó, cho đến khi đạt được vị trí cao trong Công ty và sẵn sàng điều khiển toàn bộ quá trình

Mà điều đó có nghĩa là xây dựng hệ thống, cung cấp các tài liệu giảng dạy, kiểm tra việc hoàn thành các chức năng. Đó cũng có nghĩa là tổ chức của bạn sẽ tiến hành những cuộc họp riêng, các hội nghị của các thủ lĩnh, các buổi

giới thiệu v. v… vì mọi người không thể cứ tham gia mãi vào các buổi gặp mặt do những người đỡ đầu của bạn tổ chức chỉ vì trình độ huấn luyện khác nhau. Đây là một bước khó khăn – bước tiến mà chỉ được xem xét trong trường hợp khi bạn đạt được vị trí cao trong sơ đồ trả thưởng của Công ty bạn và bạn sẵn sàng lập ra một cấu trúc hoàn chỉnh dể hỗ trợ và cung cấp các tài liệu, điều khiển các chức năng và lập lịch những người phát triển, thuê văn phòng v. v.. Tôi khuyên bạn làm bước này chỉ khi bạn không còn cách lựa chọn nào khác.

NHỮNG NHẬN XÉT CUỐI CÙNG VỀ VẤN ĐỀ NÀY

Một vài người trong số các bạn đọc cuốn sách này đang làm việc trong chương trình không có hệ thống được sao chép. Trong trường hợp này bạn sẽ không bao giờ có được lợi nhuận kiểu “bản quyền tác giả”. Bạn sẽ có hai sự lựa chọn và cả hai đều không đơn giản chút nào.

1. Bạn có thể phải từ bỏ những gì mà

bạn đang làm và tìm một chương trình khác có hệ thống. Tất nhiên điều đó có nghĩa là bạn phải bắt đầu lại từ đầu và vì nó mà bạn sẽ mất nhiều cộng tác viên

2. Bạn có thể sẽ phải suy nghĩ lại về hình thức kinh doanh của mình và bắt đầu làm việc theo hệ thống. Đó là công việc vô cùng lớn, nhưng bạn vẫn phải làm. Chính tôi đã một vài lần phải lập ra hệ thống. Trong quá trình giảng dạy qua cuốn sách này tôi sẽ chia sẻ với bạn về hệ thống của tôi. Tôi cũng sẽ giới thiệu với bạn những tư liệu của bản thân tôi mà tôi đã soạn thảo và chúng sẽ giúp bạn lập ra được hệ thống.

Nếu bạn tiến hành công việc cổ hủ để xây dựng hệ thống thì tôi khuyên bạn đề nghị người đỡ đầu của mình đọc cuốn sách này và nghe cuốn băng casset của tôi "Làm thế nào kiếm để ít nhất 10. 000USD một năm trong kinh doanh theo mạng" Càng nhiều người đỡ đầu của bạn ở những tầng trên làm điều đó bao nhiêu thì càng dễ cho bạn bấy nhiêu. Sau khi tất cả mọi việc đã được thực hiện, trách nhiệm cuối cùng thành công

của bạn sẽ nằm trên vai bạn. Bạn có thể cho mình là nạn nhân và mắng chửi mình vì bạn không có hệ thống, nhưng bạn cũng có thể làm một việc gì đó để tạo ra một hệ thống. Nếu bạn sẵn sàng làm việc, hãy chuyển sang đọc chương sau.

CHƯƠNG V

SỰ KHỞI ĐẦU NHANH CHÓNG

Trong quá trình đỡ đầu có một khoảnh khắc kỳ diệu khi ứng cử viên nhìn thấy được bức tranh toàn cảnh và quyết định thử sức mình trong chương trình của bạn. Nhưng còn có một khoảnh khắc kỳ diệu khác.. Quan trọng hơn nữa. Đó là khi phân phối viên thực sự bắt đầu hiểu "tại sao" và "làm như thế nào" để những ước mơ của anh ta trở thành hiện thực nhờ chương trình của bạn. Nếu mọi người từ bỏ chương trình của bạn thì thường là vì họ không đến được khoảnh khắc kỳ diệu thứ hai này. Có lẽ là phân phối viên của bạn lúc đó dang có những ý tưởng khác. Những cuốn sổ ghi ngân phiếu dày cộp, những chiếc ô tô được tặng miễn phí, những chuyến du lịch thú vị sao mà hấp dẫn…với bạn thế. Mà các phân phối viên của bạn thì không tài nào hiểu nổi điều đó có liên quan gì đến anh ta. Khi bạn chưa cho anh ta biết, anh ta có thể thực hiện ước mơ của mình như thế nào nhờ chương trình của bạn thì anh ta sẽ khó mà

trung thành với công việc được. Khi bạn làm được điều đó, người phân phối viên kia sẽ là của bạn mãi mãi.

Quá trình hỗ trợ bình thường là như thế. Bạn tổ chức giới thiệu và đỡ đầu cho những phân phối viên mới. Anh ta đang bị kích thích và đang mơ ước về số tiền khổng lồ, về những chuyến tham quan du lịch, những chiếc xe hơi sang trọng và những cái thú vị khác trong cuộc sống. Anh ta đã biết, năm người đầu tiên của anh ta sẽ là ai. Và thế là bạn giao cho anh ta nhiệm vụ về bạn có được thói quen làm việc có năng suất cao, bạn thu được kết quả khả quan nhờ nó, và chính điều đó đã cổ vũ cho bạn tiếp tục làm việc tốt hơn

Có thể sự khởi đầu tốt nhất là xác định ươc mơ của bạn. Bạn hãy chắc chắn rằng, đó là một mơ ước to lớn. Bạn có mặt trong buổi giới thiệu và có một điều gì đó đã động viên khích lệ bạn. Bạn cần phải tìm hiểu xem đó là gì. Và nếu như bạn biết tất cả những câu trả lời cho câu hỏi "tại sao" bạn sẽ dễ dàng trả lời được câu hỏi "như thế nào". Như vậy là bạn cần phải hiểu rõ ước

mơ của bạn.

Tất nhiên là rất nhiều người không thích nói về ước mơ của mình. “ Đã quá lỗi thời rồi” – họ nói. Khác với họ, tôi thích nói về những ước mơ, những ước mơ đẹp đến ngạc nhiên. Bất kỳ một khám phá, một phát minh, bất kỳ một thành công nào cũng đều bắt đầu từ những ước mơ.

Có thể bạn đang mơ ước sao cho vợ bạn không phải lao động vất vả. Bạn hãy hình dung ra viễn cảnh đó. Bạn hãy lập kế hoạch, hãy ấn định ngày tháng. Bạn hãy tưởng tượng ra một buổi tối họp mặt vui vẻ với những người bạn mới của bạn trong kinh doanh theo mạng. Và đúng vào lúc 16h45 khi ngày làm việc cuối cùng của vợ bạn kết thúc, bạn sẽ đến đón cô ấy trên một chiếc xe mui dài li-mu-din sang trọng với bó hồng đỏ thắm. 15 chiếc ô tô con sang trọng nữa được trang trí bằng những dải lụa mẫu duyên dáng trở những bạn bè trong mạng lưới của bạn đang đậu ở đằng sau. Những người đồng nghiệp của vợ bạn thò đầu ra cửa sổ. “Có ai lấy chồng à? “ – họ hỏi vợ bạn. “À không, đó là những người bạn đang đợi

tôi – cô ấy trả lời thoáng chút bối rối – chúng tôi chuẩn bị đi dự buổi liên hoan thân mật nhân dịp tôi nghỉ việc đấy".

Có thể chính bạn cũng muốn mình không phải làm việc. Bạn hãy ấn định thời gian hãy lập kế hoạch và chuẩn bị trình bày trước mặt thủ trưởng của bãn là bạn sẽ không làm việc đấy" Bạn hãy tưởng tượng ngày đầu tiên bạn nghĩ làm. Thế là đồng hồ báo thức của bạn reo như mọi khi. Bạn thức dậy, lấy chiếc búa đập nó ra thành đống sắt vụn! Sau đó bạn lại tha hồ nghỉ ngơi trên giường, ôm lấy vợ và lại ngủ thiếp đi!

Một trong số nhiều mong muốn của tôi là giúp đỡ các nhà thờ. Nhờ kinh doanh theo mạng tôi có thời gian rỗi để mỗi tuần một lần diễn thuyết về đề tài thành công. Tôi là đại diện của Hội đồng những người bảo trợ và tôi ủng hộ nhà thờ những số tiền nhiều hơn tiền lương của mốt số người

Có thể bạn đang mong muốn giúp đỡ cho trại trẻ mồ côi, nhận con nuôi, hỗ trợ về tiền cho

cuộc đấu tranh với sự suy dinh dưỡng. Cũng có thể bạn muốn làm tất cả những việc này cộng lại. Bạn muốn trả hết nợ và trở thành triệu phú, bạn muốn gặp gỡ với những người cùng chí hướng trong cuộc đời bạn thường xuyên hơn. Cho dù thề nào đi nữa **bạn cũng cần phải biết chính xác là bạn muốn gì.**

Có thể là một trong những nguyên nhân tại sao lại tham gia vào mạng lưới kinh doanh này là do quỹ ô tô của Công ty. Nói là bạn muốn một chiếc ô tô mới thì chưa đủ. Bạn phải nói rằng bạn muốn có chiếc xe BMW Z-3 hai chỗ ngồi màu xanh dịu, mở nóc, ghế ngôi trong xe được bọc bằng da màu đen và dàn CD hiện đại nhất. Bạn hãy tìm một tấm bưu thiếp có hình chiếc ô tô và dính nó vào chiếc gương tủ nhà bạn. Mà tốt hơn là bạn hãy tưởng tượng mình đang ngồi trong chiếc ô tô đó.

Tôi tin vào những ước mơ cho dù đó là những hoài bão lớn hay là những ước mơ bình dị khiêm nhường. Tôi nghĩ rằng bạn cũng đang mơ ước về những gì bạn đang muốn có (ví dụ như

một chiếc xe hay một ngôi nhà), về những gì bạn đang muốn làm (ví dụ như quyên góp tiền ủng hộ các nhà thờ, các cô nhi viện, giúp đỡ người lang thang vô gia cư hay huấn luyện đội bóng đá mini của con gái bạn) hay mơ ước về một nhân cách mà bạn muốn trở thành (ví dụ như cha mẹ nuôi của những đứa trẻ mồ côi, đạt được địa vị cao nhất torng tổ chức kinh doanh hay trở thành điều phối viên tình nguyện của tổ chức từ thiện địa phương)

Ước mơ lớn lao của bạn phải bao trùm toàn bộ các ước mơ của những thành viên trong nhóm của bạn. Nếu ước mơ của bạn là một ước mơ bé nhỏ, nó sẽ hạn chế ước mơ của người trong nhóm bạn. Ví dụ ước mơ của bạn là kiếm được 200. 000 đô la trong một năm nhờ kinh doanh theo mạng. Thoạt nhìn ước mơ này có vẻ chính đáng nhưng nếu cả năm phân phối viên đầu tiên của bạn cũng đều muốn kiếm được 200. 000 đô la, khi đó mong ước của bạn sẽ dường như không còn quan trọng nữa.

Bạn đừng sợ những hoài bão **lớ.** Khi tôi 17

tuổi, tôi đã quyết định trở thành triệu phú. Chẳng ai cho rằng tôi đang nói nghiêm túc. “Hãy hạ cánh xuống mặt đất, đừng mơ mộng hão huyền trên chín tầng mây nữa!” – họ nói vậy. Và họ nói đúng. Tôi sinh ra trong một gia đình nghèo khó, sớm thiếu vắng bóng người cha, tôi có 3 anh chị tiền lương, sau đó tôi bị đuổi học. **Nhưng tôi luôn có một mơ ước!** Mà nếu bạn có ước mơ, bạn sẽ có thể bắt cả thế giới phục tùng nó

Tôi làm rất nhiều việc (ví dụ như bồi bàn trong nhà hàng) nhưng trở thành triệu phú quả là một việc không dễ dàng chút nào. Những ước mơ của tôi luôn cháy bỏng trong tôi. Và tôi đã tìm thấy kinh doanh theo mạng, nó đã giúp tôi thực hiện được ước mơ của mình. Tôi đã không bỏ lỡ cơ hội và ước mơ của tôi đã trở thành hiện thực. Điều đó cũng có thể xảy ra với bạn nếu như bạn có mơ ước. **Tóm lại, bạn hãy bắt đầu công việc của mình trong kinh doanh theo mạng từ ước mơ.**

Bây giờ chúng ta hãy cùng quay lại những bước đi khác mà bạn cần làm. Tôi đã cho xuất

bản một cuốn cẩm nang dưới tiêu đề "Những bước đầu tiên: sự khởi đầu nhanh chóng trong kinh doanh theo mạng", bạn có thể luôn luôn sử dụng nó. Tôi khuyên bạn hãy cho các phân phối viên của bạn đọc cuón cẩm nang này (cũng như các tài liệu giảng dạy " Chuẩn bị cho sự khởi nghiệp")

Dưới đây, tôi sẽ dẫn ra những việc bạn cần làm ngay sau khi ký hợp đồng

Hãy mua bộ sản phẩm đầu tiên

Bạn cần phải đích thân sử dụng các sản phẩm hay dịch vụ để thấy được hết tính ưu việt của nó. **Bạn phải mua bao nhiêu ư? Khối lượng khoảng ở giữa mức độ bạn cần và mức độ quá thừa, bạn ạ.**

Trong câu nói đùa này có phần nào sự thật. Vì chúng tôi phải hát hiện ra rằng "bạn cần bao nhiêu" vẫn là chưa đủ. Bạn cần phải bán lại một phần nào đó cho các phân phối viên của bạn, dự trữ các sản phẩm để phòng trường hợp có người

bất chợt cần mua, và ngoài ra còn phải giữ lại một ít sản phẩm để tự mình sử dụng.

Tất nhiên bạn không cần chứa đầy một nhà kho hàng hoá. Nhưng bạn hãy kiểm tra xem bạn đã có đủ sản phẩm để kinh doanh chưa.

Mấy năm trước tôi làm việc trong một Công ty kinh doanh các chất tẩy rửa gia dụng. Nhiệm vụ của tôi là thay thế các chất độc hại dùng để tẩy rửa và tắm, nhà bếp đang có trong nhà các phân phối viên của tôi bằng phải mới. Chúng tôi đã nhét tất cả các sản phẩm cũ vào túi và thay vào đó bằng những sản phẩm tốt hơn. Phương pháp này có thể áp dụng vào phần lớn chương trình không hề phụ thuộc vào sản phẩm và dịch vụ mà họ đang kinh doanh.

Hãy phối hợp việc dạy “khởi động nhanh” của bạn với người đỡ đầu bạn…

Việc này phải được tiến hành trong vòng 48 tiếng đồng hồ kể từ khi bạn bắt đầu hoạt động, như vậy là lý tưởng nhất. Bạn hãy dành thời gian

từ 2 đến 4 tiếng để học tập, ngoài ra bạn hãy đọc sách

Hãy mua sổ ghi chép hàng ngày hoặc sổ công tác

Bạn hãy mang nó theo đến các buổi học "khởi nghiệp" nhanh chóng

Hãy lập danh sách các ứng cử viên

Thành công không đến trong chốc lát. Cần phải làm việc chăm chỉ. Tôi khuyên bạn hãy hướng mình vào một năm làm việc trong kinh doanh.

Bạn hãy tính cả đến giai đoạn học tập. Như trong bất kỳ một công việc nào, bất kỳ một lĩnh vực nào, trong kinh doanh theo mạng cũng cần phải được đào tạo. Điều đó sẽ không kéo dài hàng năm trời hay đáng giá hàng nghìn đô la của bạn, nhưng bạn cần phải có được kiến thức. Tất nhiên trong lúc học bạn đã có thể kiếm tiền được rồi, nhưng dù sao bạn cũng nên dành nửa năm cho

việc học tập. Đối với một người trung bình đang làm việc trong ngành kinh doanh theo mạng và dành thời gian từ 7 đến 10 giờ đồng trong một tuần cho công việc kinh doanh thì anh ta có khả năng dành cho kinh doanh theo mạng một năm. Tôi tin rằng nếu bạn làm việc theo một hệ thống mà có thể được sao chép, bạn sẽ có hưng phấn mạnh mẽ do những kết quả bạn đạt được đến nỗi bạn sẽ cống hiến hết cuộc đời còn lại của mình cho công việc!

Hãy xem lại những tài liệu về "sự khởi đầu nhanh chóng" mà bạn nhận được từ người đỡ đầu của mình.

Các tài liệu này có thể khác nhau phụ thuộc vào mỗi Công ty

Chú ý! Nếu Công ty của bạn hoạt động không có hệ thống, tôi khuyên bạn hãy cung cấp cho các phân phối viên của bạn những tài liệu sau:

- Băng casset "Bạn cần phải biết gì trước tiên"

- Cuốn sách "nhà kinh doanh theo mạng vĩ đại nhất thế giới"

- Băng casset "khởi đầu nhanh chóng"

- Cuốn cẩm nang "những bước đầu tiên: sự khởi đầu nhanh chóng trong kinh doanh theo mạng"

- Băng casser "Bí quyết của một ngày hoạt động"

Nếu Công ty của bạn hay đội ngũ những người đỡ đầu bảo đảm được mạng lưới thông tin liên lạc thì bạn hãy tham gia

Đây cũng là một hình thức hỗ trợ. Bạn sẽ nhận được lời mời đến dự các buổi họp, những lời khuyên có tính chất đào tạo của những người đỡ đầu bạn hay những bức thư động viên. Bạn hãy tham gia ngay đi!

Đây là những bước mà bạn phải nhanh chóng tiến hành, khi bạn vừa mời trở thành phân phối viên. Trong vòng 48 giờ đồng hồ kể từ thời

điểm này người đỡ đầu của bạn cần phải dạy về "Sự khởi đầu nhanh chóng" cho bạn. Đây là khả năng lập kế hoạch hành động của bạn trong kinh doanh. Điều đó giup bạn khởi đầu tốt đẹp ở hai tuần đầu tiên cũng như là vạch ra các kế hoạch hành động cho bạn trong tương lai. Mười bước sau đây là một phần chương trình học tập của bạn

1. HÃY ĐẶT RA CHO MÌNH MỘT MỤC ĐÍCH

Bạn phải tự quyết định cho mình, bạn cần kinh doanh theo mạng để làm gì. Có phải là để nhận được sản phẩm miễn phí không? Hay có phải bạn cần vài trăm đô la để mua ô tô không? Hay bạn muốn độc lập về tài chính? Để đạt được mục đích trước hết bạn cần phải xác định mục đích đó cho mình và dành thời gian sao cho đủ để làm việc đó. Như vậy, bạn sẽ lập kế hoạch biến ước mơ thành hiện thực

Bạn hãy lên danh sách các mục đích của

bạn.

Mục đích là mơ ước với thời điểm cụ thể khi mà bạn cần phải đạt được nó. Bạn phải liệt kê tất cả các mục đích của mình, để thêm một lần nữa tự khẳng định lại rằng bạn đã hình dung ra nó một cách rõ ràng và đã ấn định thời điểm sẽ hoàn thành

Tôi tin rằng, ở bất kỳ một con người trung bình nào, nếu tuân thủ theo hệ thống, đều có thể trở nên độc lập về tài chính trong ngành kinh doanh này trong khoảng thời gian từ 2 đến 4 năm. Bạn hãy suy nghĩ về những gì bạn muốn. Và tiếp đó bạn hãy nghĩ xem bạn muốn kế hoạch 2-4 năm này của bạn sẽ như thế nào.

Bạn hãy cùng mơ ước vơi vợ (chồng) hoặc người đỡ đầu của bạn. Hãy hồi tưởng lại những mơ ước và mong muốn mà bạn đã quên. Đôi khi chúng ta bận bịu với các vấn đề thường ngày mà quên đi những ướ mơ của mình. Nếu bạn có khả năng thắp lên ngọn lửa đã bị dập tắt từ lâu thì điều đó rất quan trọng. Ngọn lửa khát vọng này

của bạn sẽ hỗ trợ và định hướng cho bạn trong các giai đoạn mới hình thành công danh của bạn trong kinh doanh theo mạng. Đó là bí mật của động cơ thúc đẩy không bao giờ ngừng của bạn. Sau đó hãy điền cột "Mục đích của bạn" trong cuốn cẩm nang "Những bước đầu tiên" hoặc viết danh sách đó ra giấy

2. HÃY LẬP KẾ HOẠCH CÁC CUỘC GẶP VÀO SỔ GHI CHÉP CỦA BẠN

Đây là ngành kinh doanh ngôn từ của bạn và là kinh doanh các cuộc gặp.

Để kinh doanh thành công bạn hãy lập kế hoạch công việc và thời gian của bạn sao cho phù hợp nhất với bạn. Bạn cũng đã làm việc 24 giờ trong ngày rồi còn gì. Để thay đổi cuộc sống của mình và thay đổi những gì có thể rút ra từ cuộc sống bạn cần phải thay đổi thời gian biểu làm việc của bạn. Bạn phải dành ra ít nhất 7-10 giờ trong tuần để xây dựng mạng lưới.

Bạn hãy luôn làm việc cùng với người đỡ

đầu của bạn để anh ta giúp bạn lên kế hoạch hành động trong 7-10 giờ này một cách hiệu quả hơn ít nhất là trong một vài tuần đầu. Bạn hãy lập thời gian biểu những sự kiện của Công ty bạn trong 90 ngày tới để bạn có thể lập kế hoạch cho công việc và các sự kiện của riêng bạn trong thời gian này sao cho phù hợp với chúng. Bạn hãy tính cả đến những ngày tổ chức các cuộc họp và hội nghị hàng năm. **Đó là các sự kiện cơ bản và bắt buộc đối với bạn mà bạn cần phải tham dự nếu bạn muốn thành đạt.**

3. HÃY NGHIÊN CỨU NHỮNG THỦ TỤC CƠ BẢN CỦA CÔNG TY

Để thực sự độc lập và xây dựng mạng lưới kinh doanh một cách hiệu quả bạn cần phải học cách giải quyết những vấn đề nhỏ nhặt thường ngày mà không có sự giúp đỡ của người đỡ đầu bạn càng nhanh càng tốt. Để làm được điều đó bạn cần phải nghiên cứu các thủ tục cơ bản của Công ty bạn. Cụ thể là:

- Phải đặt mua hàng như thế nào

- Phải viết đơn đăng ký của phân phối viên những mẫu đơn đặt hàng và yêu cầu như thế nào

- Phải phân phối khối lượng sản phẩm như thế nào

Bạn hãy dành ra vài giờ rảnh rỗi (đối với phần đông mọi người các cuối chiều chủ nhật là lý tưởng) và đọc cuốn sách hướng dẫn cho phân phối viên. Bạn hãy tìm hiểu xem, vẫn phải thu thập thông tin từ đâu, hãy làm quen với tất cả các giấy tờ tài liệu. Hãy nghiên cứu các điều luật và các Chuẩn mực đạo đức

4. HÃY ĐẶT LÀM CARD VISIT

Nếu bạn làm kinh doanh, bạn cần phải có card visit. Hãy thống nhất với người đỡ đầu của bạn về nội dung hình thức của tấm card và nơi đặt làm card

5. HÃY MỞ TÀI KHỎAN

Để điều khiển việc kinh doanh của bạn một cách có tổ chức, bạn cần phải mở tài khoản thường cho mình. Bạn chỉ được sử dụng nó cho công việc kinh doanh. Điều đó giúp bạn thấy rõ hơn kết quả công việc của bạn, và đóng vai trò rất có ý nghĩa trong việc đóng thuế.

Chú ý!

Nếu như bạn đặt mua sản phẩm cho tiêu dùng cá nhân, thì hãy mua lẻ nó. Ví dụ, giả sử, giá xuất xưởng của một loại sản phẩm là 7 đôla, còn giá bán lẻ được tính là 10 đô la. Bạn viết ngân phiếu là 10 đô la từ tài khoản cá nhân chuyển sang tài khoản doanh nghiệp của bạn. Tất nhiên là bạn ghi ngân phiếu 7 đô la từ tài khoản kinh doanh của mình vào tk của bạn. Có sự khác nhau đó là – bạn tiết kiệm được 3 đô la, điều đó rất có lợi cho việc của bạn. **Bạn phải là người mua hàng tốt nhất của chính mình và các cộng tác viên trong mạng lưới của bạn cũng phải làm điều này!**

Tiến hành những thủ tục này, bạn và cộng sự của bạn có thể đánh giá thực chất của sản phẩm.

(1) ĐỂ XÂY DỰNG MẠNG LƯỚI KINH DOANH HÃY MUA CÁC TÀI LIỆU HỌC TẬP CẦN THIẾT CHO SỰ KHỞI ĐẦU NHANH CHÓNG

Hãy hỏi người đỡ đầu của bạn xem những tài liệu nào cần cho bạn đầu. Một số Công ty và những người đỡ đầu đã tạo ra những hệ thống đặc biệt về việc sử dụng tài liệu của Công ty. Một số Công ty lại không có hệ thống. Nếu Công ty của bạn là một trong những Công ty thuộc dạng thứ hai thì tôi khuyên bạn những điều sau:

Mười tập tài liệu thông tin sơ bộ ban đầu:

Tập tài liệu "phong cách sống tự do" (Đây là tập tài liệu sơ bộ ban đầu của tôi, trong đó có "Bản báo cáo đặc biệt về kinh doanh theo mạng" và cuốn băng casser của tôi "Thoát khỏi cạm bẫy").

Năm bộ tài liệu học tập theo chuyên đề "Sự khởi đầu nhanh chón":

- Cuốn băng casette "bạn cần biết gì trước tiên" (thông tin về việc làm thế nào để trong vòng 5 năm bạn có thể thăng tiến trên con đường công danh)

- Cuốn băng casette "Bí quyết của một ngày làm việc" (dùng để nghe hàng ngày để giúp bạn lên kế hoạch cho một ngày việc của mình)

- Cuốn sách "Nhà kinh doanh theo mạng vĩ đại nhất thế giới" của John Fogg (đây là cuốn sách tuyệt hảo, giải thích bản chất của kinh doanh)

- Cuốn băng casette "Sự khởi đầu nhanh chóng" (trong đó có cả 10 bước của quá trình đã nêu ở chương phần này)

- Cuốn cẩm nang bỏ túi "những bước đầu tiên: sự khởi đầu nhanh chóng trong kinh doanh theo mạng" (bạn hãy đồng thời đọc cuốn cẩm

nang này và nghe băng “Sự khởi đầu nhanh chóng”)

Năm bộ tài liệu của Công ty bạn:

- Catalog hoặc cẩm nang về sản phẩm

- Cẩm nang về kế hoạch kinh doanh

- Băng hình và băng ghi âm của Công ty

- Cuốn sách “Số phận của bạn” (dành cho các chương trình về các chất bổ sung dinh dưỡng) hoặc cuốn “Lựa chọn tương lai” (dành cho những chương trình khác) hoặc cuốn “Sự lựa chọn tương lai” (Đối với chương trình khác) (hãy hỏi ý kiến thêm những người đỡ đầu của bạn)

Một vài bộ tài liệu thông tin tiếp theo

- Băng hình và băng nghe với những câu chuyện về sự thành đạt

- Các bài báo được sao lại (bạn hãy hỏi thêm ý kiến những gn đỡ đầu của bạn)

Bạn sẽ nâng cao cơ hội thành công của bạn, nếu bạn cung cấp được cho mình tất cả các nguồn thông tin trên. Hãy đầu tư vào chính mình

7. HÃY NGHIÊN CỨU BẢN CHẤT THỦ LĨNH TRONG KINH DOANH THEO MẠNG

Có 9 dấu hiệu hoặc phẩm chất cơ bản mà mỗi một thủ lĩnthrong kinh doanh theo mạng cần phải có! Bạn tất nhiên là đang có một số hoặc phần lớn trong số chúng. Nhưng để trở thành một thủ lĩnh thực sự và làm tấm gương cho những người khác noi theo, thì bạn cần phải có tất cả 9 phẩm chất đó.

Để phát triển những phẩm chất này, bạn phải hoàn toàn tuân theo ý tưởng: "Nhận thức được bản chất". Để xây dựng thành công mạng lưới kinh doanh của mình bạn phải gắn kết mình với tổ chức và làm việc với những người cũng muốn cống hiến hết mình cho công việc.

Chúng ta hãy cùng xem xét các nguyên tắc cơ bản này.

1. **Bạn hãy sử dụng tất cả các sản phẩm của Công ty**

Nguyên tắc " Nhận thức được bản chất " có nghĩa là, nếu Công ty của bạn tung ra thị trường một sản phẩm nào đó, thì **Bạn không bao giờ được phép mua sản phẩm của công ty đang cạnh tranh.** Bạn chi tiền để mua "Brand Xeimur" và tiền của bạn rơi vào túi kẻ khác. Nếu bạn làm như thế thì sẽ có ảnh hưởng xấu đến công việc kinh doanh của bạn. Một người kinh doanh theo mạng thực thu không bao giờ mua "Brand X" bất kể giá cả bao nhiêu hoặc theo nguyên nhân nào đó khác. Không thể làm như thế được. Bạn cần phải sử dụng tất cả các loại sản phẩm mà Công ty của bạn đưa ra thị trường thì bạn mới có thể diễn thuyết về chúng một cách có kiến thức và lòng hăng say nhiệt tình, mà điều đó rất cần cho việc tạo dựng kinh doanh có hiệu quả.

2. Hãy lập nhóm những người tiêu dùng

Công việc kinh doanh của bạn được xây dựng trên cơ sở là khối lượng sản phẩm bán ra

cho người tiêu dùng. Phần lớn được bán ra cho những phân phối viên, những người mà mua “độc có sản phẩm của Công ty mình “ để cá nhân tự sử dụng. Nhưng cũng có rất nhiều người đang sử dụng sản phẩm của bạn nhưng lại không quan tâm đến kinh doanh. Những người này sẽ là nhóm của những người tiêu dùng của bạn. Việc thành lập nhóm này rất quan trọng đối với bạn. Đây là công việc kinh doanh rất tốt, vì:

- Bạn phục vụ những người không phải là phân phối viên của bạn nhưng lại sử dụng các sản phẩm và dịch vụ của bạn

- Bạn kiếm ra tiền qua bán lẻ

- Bạn có thu nhập ổn định từ những khách mua hàng cố định

- Bạn mua khốil ượng sản phẩm riêng cùng với nhóm này – khối lượng cần thiết để đạt danh hiệu và có quyền nhận phần thưởng và các đặc quyền khác. Để khởi đầu tốt đẹp, cần phải có íy nhất 10

người tiêu dùng lẻ sản phẩm.

Chú ý! Bạn đừng cố chỉ bán lẻ mà bỏ việc kinh doanh ở đằng sau. Bạn hãy hình dung ra một chương trình hoàn chỉnh – Kinh doanh và sản phẩm – hãy để cho ứng cử viên tự quyết định. Hãy là mình cho người từ chối không muốn kinh doanh trở thành người tiêu dùng của bạn

3. Bạn hãy thường xuyên tiến hành các buổi giới thiệu

Cũng như bất kỳ một hình thức kd nào, kinh doanh theo mạng đòi hỏi phải luôn luôn hoạt động tích cực, một trong những hành động đó là những buổi giới thiệu thường xuyên theo định kỳ

Để khởi đầu kinh doanh một cách có hiệu quả bạn phải tiến hành từ 3 đến 5 buổi giới thiệu trong một tuần (làm việc từ 7 đến 10 giờ một tuần). Cùng với sự phát triển của công việc kinh doanh bạn phải tăng số lượng các buổi giới thiệu này lên. Khi bạn đạt đến cấp độ mà kinh doanh theo mạng đối với bạn đã trở thành cái mà tôi gọi

là “nơi làm việc chính “ (tức là 25 giờ làm việc trong một tuần) thì bạn phải tổ chức 5 đến 8 buổi giới thiệu trong một tuần. Tất nhiên không phải tất cả các buổi giới thiệu của bạn đều dành cho những ứng cử viên mà bạn muốn đỡ đầu. Bạn sẽ tổ chức nhiều buổi giới thiệu cho những người trong mạng lưới của bạn, bạn dạy họ và giúp họ tạo lập sự nghiệp kinh doanh cho mình.

Để phát triển tiền đồ kinh doanh của mình bạn cần phải thường xuyên tổ chức các buổi giới thiệu. Bạn sẽ sai lầm nghĩ rằng đọc sách, tham dự chuyên đề và điền bản điều tra là những công việc vô ích. Điều đó rất quan trọng, vì nó hỗ trợ bạn tạo dựng sự nghiệp kinh doanh thực sự, mà trong đó chủ yếu là thường xuyên tổ chức các cuộc giới thiệu có hiệu quả dành cho các ứng cử viên mới của bạn.

4. Hãy dự tất cả các sự kiện

Sự kiện của Công ty là chất keo gắn kết việc kinh doanh của bạn. Tham dự những sự kiện này, bạn sẽ phát triển được kinh doanh của bạn,

làm cho giáo trình của bạn có hiệu quả hơn và động viên tinh thần của bạn. Bạn luôn có thể tham dự các cuộc giới thiệu sản phẩm và các buổi họp được tiến hành ở địa phương bạn. Thậm chí nếu để đến nơi diễn ra cuộc họp bạn phải đi mất 2-3 giờ thì bạn vẫn nên đến đó. Ngoài ra, bạn cũng phải tham dự vào các cuộc hội thảo và hội nghị của những thủ lĩnh được tổ chức hàng năm. Đó là những sự kiện chính có thể thay đổi cuộc đời của bạn, vì thế hãy lập thời gian biểu để không có bỏ sót một vấn đề nào.

5. Hàng ngày bạn hãy dành thời gian để tự hoàn thiện bản thân

Tôi đã khám phá ra cho mình một chân lý nền tảng vững chắc. Đó là: **Công việc kinh doanh của bạn sẽ phát triển với tốc độ mà bạn tự hoàn thiện bản thân.** Cùng với việc phát triển kinh doanh của bạn, bạn cần phải rèn luyện cho mình những phẩm chất mới. Ban đầu bạn cần phải có khả năng truyền đạt và lôi cuốn người khác. Sau này là tố chất tháo vát và khả năng tổ chức. Cuối cùng, bạn cần phải có kỹ năng của

một thủ lĩnh giỏi, biết cách giao thiệp của một cá nhân mạnh mẽ. Để hoàn thiện những người khác bạn cần phải tự hoàn thiện bản thân.

Dành thời gian để tự hoàn thiện bản thân hàng ngày là điều rất quan trọng. Đối với phần đông mọi người thời gian buổi sáng trước khi bắt đầu một ngày làm việc là lý tưởng nhất. Bạn có thể ngồi ngẫm nghĩ, tập thể dục, nghe băng cassette khích lệ, đọc các tác phẩm văn học để phải trí tuệ, cơ thể và tâm hồn. Hãy dành thời gian cho mình và tuân thủ theo thời gian biểu đó.

Bạn nên mua băng hình – băng tiếng và các sách báo giúp phát triển nhân cách của bạn, nhưng trước tiên bạn hãy kiểm tra xem nó có phù hợp với chương trình của bạn hay không. Bạn hãy để những cuốn băng casette trong ô tô để bạn có thể nghe chúng ngay khi bạn muốn. Bạn hãy mua một chiếc máy nghe nhỏ chạy pin và nghe băng casette khi thả bộ dạo chơi hay khi đi xe đạp. Đừng vội vã đi ngủ sau khi xem bản tin cuối ngày trên vô tuyến. Bạn hãy chắc chắn rằng ấn tượng cuối cùng từ ngày vừa qua là rất thiết thực, để làm

được điều đó bạn hãy đọc ít nhất là một đoạn văn trong cuốn sách khích lệ bạn

Rất nhiều Công ty và mạng lưới những người đỡ đầu cho mọi người cơ hội đặt mua các tác phẩm văn học thiết thực, cổ động và có tính chất đào tạo. Nếu bạn thuộc vào tổ chức như vậy, thì bạn thật may mắn vì phần lớn công việc tìm kiếm tài liệu cần thiếte để được làm xong hộ bạn và sẵn sàng phục vụ bạn. Bạn hãy đặt mua những thứ nói trên và khuyến khích cộng tác viên của bạn cùng làm điều đó.

6. Hãy luôn sẵn sàng tiếp thu kiến thức

Nếu bạn muốn làm thế nào để tạo dựng được sự nghiệp kinh doanh cho mình càng nhanh càng tốt, bạn phải luôn sẵn sàng tiếp thu các kiến thức mới học hỏi ở những người thầy. Bạn sẽ hiểu rằng kinh doanh theo mạng rất khác biệt với kinh doanh truyền thống. **Những nguyên tắc hoạt động có hiệu quả trong kinh doanh buôn bán truyền thống sẽ là vô hiệu trong kinh doanh theo mạng.** Những người đỡ đầu của bạn

đã nghiên cứu các phương pháp, những chiến lược và công nghệ phù hợp nhất đối với công việc kinh doanh của bạn. Họ sẽ làm việc cùng với bạn, dạy bạn tất cả những gì họ biết một cách tự nguyện, miễn phí. Những người đỡ đầu của bạn có kinh nghiệm của nhiều thế hệ phân phối viên. Bạn hãy học tập ở họ

7. Hãy là người có trách nhiệm

Trong nhiều năm "những bức thư hạnh phúc" và các trò chơi ăn tiền được "ngụy trang" dưới hình thức các chương trình kinh doanh theo mạng hợp pháp. Điều đó có nghĩa là, những người trong số bạn đang kinh doanh một cách chân chính, người trong số bạn đang kinh doanh một cách chân chính, nằm ngoài vòng này và rất coi trọng danh dự. Chúng ta phải đặt ra tiêu chuẩn cho toàn bộ quá trình kinh doanh cao hơn nhiều so với trong thế giới kinh doanh nói chung. Kinh doanh theo mạng – đó là kinh doanh theo các mối quan hệ được xây dựng trên cơ sở lòng tin. Để kiếm được tiền và thiết lập được các mối quan hệ tin cậy, bạn phải trở thành người có trách

nhiệm.

Bạn không bao giờ được lừa dối các phân phối viên và bạn hàng của mình, bạn cần phải là người đáng tin cậy, phải giữ đúng lời hứa của mình. Trách nhiệm cũng có nghĩa là, nếu bạn ký séc, thì giá trị của những tấm séc này phải có thực, nếu bạn hứa làm việc cùng ai đó, thì bạn phải làm, nếu bạn định đến dự sự kiện, thì bạn phải có mặt đúng giờ.

Tính trách nhiệm có nghĩa là, nếu chúng tôi tổ chức triển lãm 24 loại sản phẩm thì bạn sẽ tìm thấy 24 loại này ở cuối ngày làm việc. Điều đó cũng có nghĩa là bạn sẽ không bao giờ cổ động tuyên truyền thuyết phục ứng cứ viên của người khác và lôi kéo dụ dỗ những phân phối viên của những nhánh khác.

Bạn tạo nền văn hoá riêng cho tổ chức của bạn Nếu bạn làm điều đó và làm đúng có nghĩa là bạn có thể làm tròn công việc của mình. 800 người phụ nữ quên mất ví tiền của mình và quay lại lấy vẫn thấy chúng còn nguyên vẹn ở

chỗ cũ.

8. Hãy xây dựng một tổ chức

Những phân phối viên thông minh hiểu rằng, đối với họ điều quan trọng là phải xây dựng mạng lưới cho mình. Khi bạn đã hiểu ra rằng, bí quyết thành công của những người đỡ đầu bạn thể hiện hiện ở đâu, thì họ có thể làm việc với các ứng cử viên và các phân phối viên của bạn một cách hiệu quả hơn. Đôi khi có thể bạn sẽ không dễ dàng chút nào cảm thấy trạng thái “bụt chùa nhà không thiêng”. Đôi khi bạn bè và người thân của bạn không chấp nhận quan điểm thực tế mạnh mẽ mà bạn đưa ra. Khi bạn xây dựng mạng lưới của mình và ký những ứng cử viên mới, bạn sẽ có được sự ủng hộ mạnh mẽ cho thành công đầu tiên và niềm tin của bạn. Và do vậy, mạng lưới do bạn đỡ đầu sẽ giúp đỡ bạn khi bạn làm việc với những phân phối viên mới của bạn

9. Hãy làm việc theo hệ thống

Các thủ lĩnh hiểu rằng, những “con sói lang

thang cô độc" có thể thành công lúc ban đầu, nhưng thành công lâu dài không phải dành cho họ. Để có được lợi nhuận từ tổ chức của bạn và niềm tin vào nền tảng vững chắc, bạn cần phải tạo dựng lên một hệ thống được sao chép và hành vi ứng xử của bạn cũng phải được sao chép.

Điều đó có nghĩa là, mỗi thành viên trong tổ chức của bạn đều sử dụng tập tài liệu sơ bộ, đều qua các khóa học và tổ chức các buổi giới thiệu thường kỳ. Bạn ký các phân phối viên mới cho mình như thế nào, thì họ cũng sẽ kí các phân phối viên mới cho họn hư thế. Bạn phải là người dễ sao chép. Không phụ thuộc vào kinh nghiệm làm việc trước đây của bạn, không phụ thuộc vào học vấn và mức độ kiến thức của bạn, bất kỳ người nào cũng có thể thành công trong sự nghiệp kinh doanh của mình như bạn.

Những người đỡ đầu của bạn đã biết rằng, cái gì có hiệu quả và cái gì thì không. Họ tạo nên hệ thống xuất phát từ chính kinh nghiệm của mình. Nếu tuân thủ theo hệ thống, bạn sẽ có tất cả các kinh nghiệm của

mạng lưới đỡ đầu đang giúp đỡ cho bạn. Thay đổi hệ thống, bạn sẽ đánh mất lợi thế của việc sử dụng những kinh nghiệm này. Hơn nữa nếu thay đổi hệ thống (thích cuốn băng khác hơn, đơn giản hóa các buổi giới thiệu đi …v. v) bạn sẽ nêu một tấm gương sai lệch cho những cộng tách viên của bạn, để cho họ hiểu rằng thay đổi là bình thường.

Nếu những người ở tầng trên trong mạng lưới của bán có cải tiến một chút ít, rồi sau đó những người dưới họ bổ sung những thay đổi của mình và cả mạng lưới cùng làm như thế – qua một vài tầng hệ thống sẽ ngừng tồn tại, và bạn sẽ mất đi nền tảng vững chắc, những lợi ích tiềm ẩn và lợi nhuận. **Cho dù thế nào đi chăng nữa thì bạn cũng phải tiến hành công việc theo hệ thống**

10. Hãy tuân thủ theo những nguyên tắc cơ bản

Chính phẩm chất cơ bản này là những dấu hiệu phân biệt đâu là thủ lĩnh của kinh doanh theo

mạng, mà đâu là những người bỏ việc và không bao giờ đạt thành công lâu dài trong kinh doanh. Áp dụng cả 9 nguyên tắc này là nhiệm vụ không đơn giản và cũng đừng tìm kiếm những con đường dễ dàng. Bạn cần phải có 9 phẩm chất này, nếu bạn nghiêm túc muốn xây dựng mạng lưới, mà mỗi người trong mạng lưới đó đều có thể đạt thành công như bạn.

Tuân theo những nguyên tắc cơ bản "có nghĩa là thực hiện tất cả 9 điều kiện chứ không phải là những điều kiện mà bạn thích. Bạn cần phải tin vào sức mạnh của mình. Bạn sẽ thấy rằng, những người tuân theo các nguyên tắc cơ bản đạt được kết quả tốt hơn nhiều so với những người còn lại. Là một thủ lĩnh để mọi người noi theo, chính bạn cần phải trung thành với quy tắc và động viên mọi người trong tổ chức của bạn cũng làm như vậy

11. Lên danh sách ít nhất là 100 người

Đây là một trong những bước quan trọng nhất. Đừng coi thường nó và đừng thực hiện nó

nửa vời. Bạn chỉ cần bắt đầu viết danh sách tất cả những ai mà bạn biết.

Bạn hãy cố gắng gạt bỏ những định kiến kiểu “Ôi dào, anh ta kiếm được nhiều tiền và sẽ chẳng quan tâm gì đến việc này đâu”, “Cô ta chẳng biết bán hàng. Cô ấy thậm chí sẽ chẳng thèm ngó ngàng đến việc này”. Có thể bạn sẽ phải trả giá 10 nghìn đô la cho sai lầm tương tự. Như vậy, bạn hãy vứt bỏ những định kiến và ghi tên tất cả mọi người.

Trong danh sách 100 người của bạn sẽ có một hoặc hai người sẽ đạt được cấp bậc tột đỉnh trong kinh doanh, 3-4 người đạt được mức trung bình và 30-40 người sẽ giữ vai trò là người tiêu dùng. Bạn vẫn chưa biết ai sẽ là ai, nhưng cũng không nhất thiết phải như bạn nghĩ.

Bạn hãy giở trang dành cho danh sách trong cuốn cẩm nang “Những bước đầu tiên” và bắt đâùi ghi tên tất cả mọi người mà bạn có thể nhớ ra. Bạn hãy xem lại các danh thiếp mà bạn có. Bạn hãy ngó qua cuốn danh bạ điện thoại và sanh

sách những người đã từng được mời đến dự tiệc. Cuối cùng bạn hãy lướt qua vài trang báo và chú ý đền nghề nghiệp nhắc đến ở đó – điều đó giúp bạn nhớ ra thêm ai đó nữa. Hãy bắt đầu từ những nhân viên kế toán, những người thợ cắt tóc và những công nhân xây dựng v. v………. và kết bằng các bác sĩ điện quang và nhà động vật học.

Bạn đừng mắc phải những lỗi lầm cũ là chỉ ghi tên 5-6 người có thể quan tâm đến công việc này và dừng lại ở đó. Trong trường hợp này bạn sẽ thất vọng. Bạn đừng ngại viết ra 100 họ tên và hãy để cho mọi người "tự phân loại"

12. Hãy có ít nhất 10 tập tài liệu thông tin sơ bộ

Chúng ta kết thúc lý thuyết ở đây và chuyển sang thực hành xây dựng kinh doanh. Chỉ bây giờ bạn mới bắt đầu hiểu ai sẽ trở thành và ai không trở thành ứng cử viên thực sự trong sự nghiệp kinh doanh của bạn. Những câu hỏi phân loại và bộ tài liệu thông tin sơ bộ sẽ giúp bạn trong quá trình lựa chọn. (Tôi sẽ giải thích cụ thể trong

phần nói về các ứng cử viên)

Tập tài liệu thông tin sơ bộ là dụng cụ để lựa chọn các ứng cử viên. Nó giúp bạn xác định ứng cử viên của bạn có định tham dự buổi giới thiệu đầu tiên hay không. Nếu Công ty của bạn không có tập tài liệu thông tin sơ bộ, tôi sẽ cung cấp cuốn “phong cách sống tự do” mà bạn có thể vận dụng. Đây là bộ tài liệu rất dễ thương bao gồm có cuốn băng casette. “Thoát khỏi cạm bẫy” và tài liệu đặc biệt “Tiền là dành cho cuộc sống: hãy bảo đảm phúc lợi cho mình trong kinh doanh theo mạng” Bạn hãy hỏi thêm những người đỡ đầu của bạn, cần phải tiến hành những thủ tục ban đầu nào và sử dụng những tài liệu nào. Không phải tất cả các Công ty đều sử dụng tập tài liệu thông tin sơ bộ. Một số Công ty lại đặt trọng tâm vào việc tạo ra nỗ lực và động cơ thúc đẩy mạnh mẽ mọi người vượt qua sự từ chối hợp tác của người khác

13. Hãy lập thời gian biểu cho những buổi giới thiệu đầu tiên của mình

Ở đây quá trình xây dựng mới thực sự bắt đầu. Trên thực tế, mạng lưới kinh doanh thường được xây dựng trong phòng khách và nhà ăn. Sau khi bạn đã nói chuyện với người nào đó và người ta đồng ý, **bạn cần phải tiến hành tổ chức buổi giới thiệu càng nhanh càng tốt**

Người đỡ đầu của bạn sẽ giúp bạn tổ chức buổi giới thiệu đầu tiên, tức là buổi giới thiệu "hai chọi một". **Bạn hãy học cách tự tổ chức các buổi giới thiệu càng nhanh càng tốt.** Các buổi giới thiệu kiểu "hai chọi một" và "một chọi một" cần phải tiến hành các cuộc họp trong phòng khách để ứng cử viên có được ấn tượng thứ hai. Các cuộc họp tại nhà phải được nâng dần lên thành các cuộc họp ở khách sạn

Chú ý! Trong trường hợp tổ chức của bạn tăng trưởng và phát triển nhanh, người đỡ đầu của bạn có thể không sẵn sàng phát triển nhanh, người đỡ đầu của bạn có thể không sẵn sàng tiến hành buổi giới thiệu. Cũng không có gì đáng lo cả. Bạn hãy đề nghị người đỡ đầu của người đỡ đầu của bạn và nhất định sẽ có người giúp bạn. Đó là

phần quan trọng trong quá trình học tập của bạn. Quan sát và lắng nghe xem những người đỡ đầu của bạn tổ chức các buổi giới thiệu như thế nào (và ghi chép lại những gì cần thiết, tôi hy vọng thế) là bạn đang học cách tự làm. **Bạn càng họ được cách tự tổ chức buổi giới thiệu sớm bao nhiêu thì bạn càng sớm tự lập bấy nhiêu.** Bạn có thường thể lặp lại quá trình này với những người của bạn. Làm theo hệ thống này, bạn sẽ xây dựng được một mạng lưới kinh doanh vững chắc sẽ dẫn bạn tới chiến thắng vinh quang, thu về những khoản thù lao lớn.

Như bạn đang thấy, thủ tục này đòi hỏi phải có nhiều thời gian và làm việc nhiều. Có rất nhiều người thích đỡ đầu qua điện thoại hay qua thư từ hơn. Nhưng bạn hãy nhớ rằng, **xây dựng mạng lưới kinh doanh càng dễ dàng bao nhiêu thì càng dễ mất nó bấy nhiêu.**

Thậm chí nếu ban đầu bạn phải bỏ ra hoặc thời gian, thì bạn sẽ tiết kiệm được cho mình và các phân phối viên của mình không biết bao nhiêu những giây phút lãng phí về sau này. Nhà phân

phối mới của bạn có thể nhìn thấy những bước đi tích cực cần áp dụng để xây dựng sự nghiệp kinh doanh. Khi chuẩn mực này không cho phép anh ta rơi vào trạng thái buồn rầu u uất, mà ngược lại, nó sẽ cho thấy cách thực hiện những ước mơ trong kinh doanh theo mạng. Ước mơ của anh ta sẽ lấn át được nỗi sợ hãi. Còn bạn thì có thêm người phân phối trung thành và mạng lưới kinh doanh đầy triển vọng!

Bạn hãy nhớ rằng tất cả thông tin trong chương này đều nhằm hai mục đích: giúp bạn khởi đầu nhanh chóng và có khả năng đào tạo những người mà bạn đỡ đầu.

Trước khi tiếp tục, tôi muốn lưu ý đến những phân phối viên muốn kinh doanh nhỏ". Họ không muốn tuân theo những qui định cơ bản, hoặc là dành 7-10 giờ trong một tuần cho việc phát triển kinh doanh. Tất cả những gì họ muốn sử dụng sản phẩm và bán sản phẩm này cho một số bạn bè của mình. Họ sẽ không muốn qua các khóa học về "khởi đầu nhanh chóng", họ sẽ không đến dự bất kỳ một buổi giới thiệu nào, cho

nên lập kế hoạch tổ chức buổi giới thiệu dành cho họ là vô ích.

Thay vào đó, khi có một phân phối viên như vậy, bạn hãy giải thích cho anh ta cách sử dụng bộ tài liệu của phân phối viên, cách đặt mua sản phẩm cũng như những thủ tục khác mà anh ta cần biết. Bạn ahỹ cho anh ta xem thời gian biểu các cuộc họp. Hãy giải thích cho anh ta, rằng ở đó mọi người luôn vui mừng chào đón anh ta, nhưng đừng gây áp lực bắt anh ta phải có mặt ở tất cả các buổi họp. Không phải tất cả mọi người đều cần kinh doanh có tầm cỡ. Bạn hãy nói với anh ta rằng, bạn sẽ không gây áp lực với anh ta, nhưng anh ta luôn có thể đến xin ý kiến khuyên bảo của bạn bất kỳ lúc nào anh ta cần.

Còn bây giờ - điều chủ yếu nhất

Hãy giải thích cho anh ta rằng, rất ít người muốn kinh doanh lớn (tức là làm việc đỡ đầu và nhân rộng). **Bạn hãy khuyên anh dẫn những người này đến gặp bạn.** Những người xây dựng mạng lưới này cần có sự giúp đỡ của bạn trong

các buổi giới thiệu, quá trình đào tạo và họ cần những lời khuyên bạn vì những người đỡ đầu của họ, những người xây dựng "doanh nghiệp nhỏ" không thể cung cấp cho họ những kiến thức cần thiết. **Khi một người làm "doanh nghiệp nhỏ" dẫn đến cho bạn một phân phối viên "kinh doanh lớn" của anh ta thì bạn phải làm việc với anh ta như thể anh ta là phân phối viên tầng một của bạn**

Chú ý! Khi điều đó xảy ra, bạn sẽ rất sáng suốt nếu khuyên nhà phân phối của mình xem lại hình thức "kinh doanh nhỏ" và chuyển qua "kinh doanh lớn" Anh ta cũng đã hoàn thành phần lớn những điều kiện được đòi hỏi rồi. Nếu tham dự nhiều buổi giới thiệu hơn, họ có thể chuyển sang "kinh doanh lớn" và đạt kết quả suất sắc. Cuối cùng những thương gia buôn bán lẻ vặt vãnh sẽ chạm chán với những chuyên gia kinh doanh theo mạng đầy triển vọng và đầy tiềm năng, và sẽ mất rất nhiều tiền nếu họ không suy ngẫm lại về kinh doanh.

Ơ chương sau chúng ta sẽ xem xét toàn bộ

quá trình đỡ đầu.

CHƯƠNG VI

QUÁ TRÌNH ĐỠ ĐẦU

Mọi người thường cùng mắc một sai lầm lớn khi nghĩ rằng, quá trình đỡ đầu trong kinh doanh là sự kiện chỉ xảy ra một lần, kiểu " hoặc là tất cả hoặc là chẳng có gì". Trên thực tế sự đỡ đầu – đó là một quá trình chiếm khối lượng thời gian khác nhau phụ thuộc vào các ứng cử viên khác nhau. Mục đích

của bạn không phải là bán sản phẩm hay "ký" một ai đó vào mạng lưới mà là cung cấp cho ứng cử viên các thông tin một cách đầy đủ, để anh ta có thể tứ quyết định cho bản thân mình. Khác với buôn bán, nơi người ta thường dạy mọi người biết cách sử dụng các thủ thuật, mánh khóe, trong kinh doanh theo mạng chúng ta tìm những con người biết tư duy, có khả năng làm việc độc lập. Đó là quá trình tuyển lựa được chia ra thành các giai đoạn, ở những giai được đoạn đó mỗi ứng cử viên có thể xác định được mức độ quan tâm và mức độ trung thực của mình đối với công việc. Nói đơn giản hơn là chúng ta không " bó buộc con người" mà chúng ta "mở rộng" họ. Chúng ta cùng xem xét, việc đó diễn ra như thế nào trong phần "Tiến hành các buổi giới thiệu có quy mô lớn"

Còn bây giờ chúng ta hạy xem xét quá trình đỡ đầu được trình bày dưới dạng sơ bộ. Nó có nghĩa sau đây

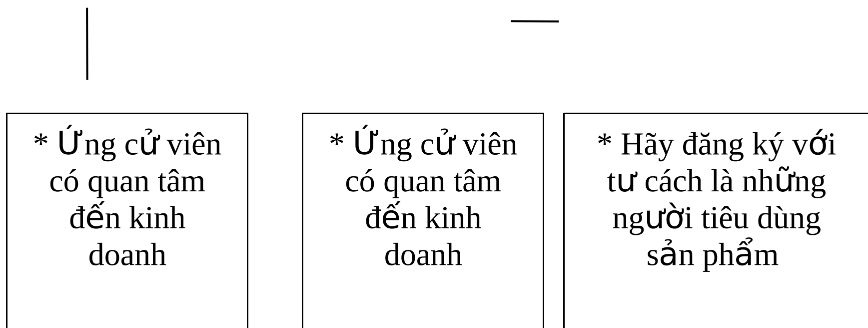
Mỗi người mà chúng ta biết và từng giao tiếp đó là một **ứng cử viên đầy tiềm năng và triển vọng.** Trong tương lai anh ta có thể trở thành doanh

nhân trong kinh doanh theo mạng, hay là một người tiêu dùng sản phẩm, mà cũng thể là không trở thành ai hết. Bước đầu tiên trong quá trình này sẽ là bước lựa chọn các ứng cử viên như thế trong số đông đảo mọi người. Điều đó diễn ra ở giai đoạn thứ nhất, giai đoạn mà người ta gọi là "phương pháp tiếp cận ban đầu". những câu hỏi phân loại của chúng ta giúp chúng ta tìm ra được những người quan tâm đến kinh doanh. Nếu một người không quan tâm chú ý đến kinh doanh, bạn hãy nghĩ xem, có thể anh ta muốn trở thành một người tiêu dùng sản phẩm. Dù sao đi chăng nữa, anh ta cũng là một ứng cử viên. Nếu chẳng có gì làm anh ta quan tâm thì bạn cũng không nên xóa tên của anh ta ra khỏi danh sách vội, chờ tới khi có một điều gì đó thay đổi trong cuộc đời anh ta. Có thể, ngày mai thủ trưởng của anh ta mắng anh ta, và anh ta sẽ trở thành phân phối viên của bạn, còn bây giờ anh ta vẫn đang là một người có khả năng trở thành phân phối viên.

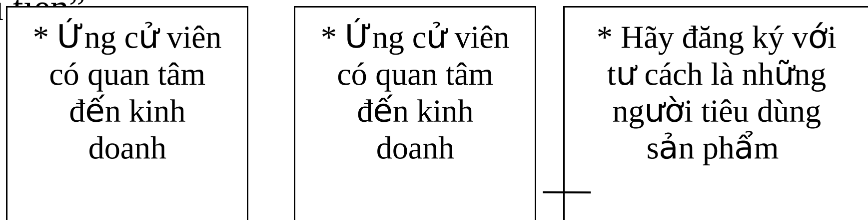
Trình tự của quá trình đỡ đầu

1. Bước đầu tiên – "Phương pháp tiếp cận

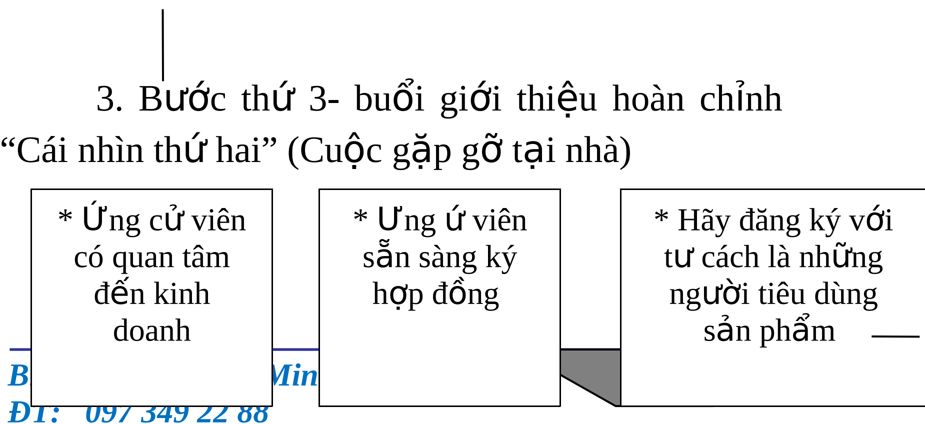
ban đầu” (những câu hỏi phân loại)



2. Bước thứ 2 - buổi giới thiệu “Cái nhìn đầu tiên”



3. Bước thứ 3- buổi giới thiệu hoàn chỉnh “Cái nhìn thứ hai” (Cuộc gặp gỡ tại nhà)



4. Bước thứ 4 – “Cuộc họp gia đình” hay là buổi giới thiệu chéo nhau (Buổi gặp mặt thứ 3 hoặc thứ 4)

* Ứng cử viên có quan tâm đến kinh doanh

* Ưng ứ viên sẵn sàng ký hợp đồng

* Hãy đăng ký với tư cách là những người tiêu dùng sản phẩm

5. Bước thứ 5 - làm thủ tục hợp đồng. Kế hoạch đào tạo “Chỉ thị bước đầu”

Cuộc gặp gỡ hoàn chỉnh

Từ những danh sách vô vàn tên các ứng cử viên có khả năng, bạn lập ra một danh sách các ứng cử viên có triển vọng. Còn bây giờ chúng ta chuyển sang bước thứ hai, tức là buổi giới thiệu ngắn (khoảng gần 30 phút) “Cái nhìn đầu tiên” được tiến hành theo cách “một chọi một” hoặc

"hai chọi một" cùng với người đỡ đầu của bạn. Ở giai đoạn này mục đích` của bạn là xác định rằng ứng cử viên có đủ quan tâm đến kinh doanh hay không, để tiếp tục làm việc với anh ta. Một số người sẽ quan tâm. Những người khác thì quyết định rằng đó không phải là công việc của họ. Bạn hãy đề nghị những người này trở thành những người tiêu dùng sản phẩm của bạn

Đối với những người vẫn còn nghi ngờ e ngại, bạn nên làm lại quá trình này từ bước thứ ba và bước thứ tư tại một cuộc gặp mặt bổ sung. Rồi lại có những người quan tâm đến công việc kinh doanh, một số người lại muốn trở thành người tiêu dùng hơn, còn một số người lại chẳng chọn gì cả không kinh doanh cũng không tiêu dùng. Chúng ta cần phải nhận được câu trả lời rõ ràng "Có" hoặc là "Không". Còn một câu trả lời có thể chấp nhận nữa là "Có thể". Bạn hãy luôn nhớ rằng chúng ta chỉ cung cấp cho họ những thông tin cần thiết, để tự họ có thể tự đưa ra quyết định đúng đắn

Như vậy, ở bước thứ hai, thứ ba hoặc thứ

tư một số ứng cử viên của chúng ta trở thành những phân phối viên, còn một số người thì trở thành người tiêu dùng. Về kỹ thuật thì quá trình đỡ đầu kết thúc ở đây. Nhưng như các bạn đang thấy, vẫn còn một cấp độ nữa mà chúng ta đang hướng tới. Đó là một phần của chương trình đào tạo của bạn – chương trình tự hoàn thiện. Chúng ta sẽ nghiên cứu sâu chương trình này ở chương những chương sau

Nếu ai đó đồng ý trở thành người tiêu dùng, nhiêm vụ của bạn là biến anh ta thành bạn hàng thường xuyên của mình. Nếu Công ty của bạn đã tạo ra kế hoạch đặt hàng trù bị hoặc chương trình đặt hàng “tự động” cho người tiêu dùng, mà theo kế hoạch đó khách hàng có thể “tự động” nhận được khoản họ đặt hàng hàng tháng, thì bạn hãy giới thiệu những dịch vụ này cho ứng cử viên của bạn. Nếu Công ty của bạn không có các chương trình như vậy, **thì bạn cần phải giải thích và trình bày cho khách hàng chất lượng sản phẩm để anh ta muốn được sử dụng chính sản phẩm này và mua có chỉ ở chỗ bạn.** Có thể đạt

được điều đó bằng **sự phục vụ khách hàng một cách tận tình**

Bạn hãy giải thích cho họ biết phải đặt mua hàng vào lúc nào để họ mua sản phẩm đúng thời hạn. Bạn hãy luôn luôn kiểm tra xem họ sử dụng sản phẩm có đúng không, hãy trả lời tất cả những câu hỏi mà họ đặt ra. **Mục đích của bạn là có được bạn hàng cho suốt cuộc đời còn lại.** Từ một nhóm nhỏ những người tiêu dùng hạnh phúc và hài lòng cuối cùng cũng sẽ xuất hiện những doanh nhân đầy triển vọng.

Còn bây giờ chúng ta cùng quay lại quá trình đỡ đầu và xem xét nó một cách sâu sắc hơn. Đó là phần quan trọng nhất của kinh doanh, cho nên bạn rất cần phải hiểu được nó

Bước đầu tiên – "Phương thức tiếp cận ban đầu" hay là Phân loại nghiệp vụ – là thời điểm khó khăn hơn cả trong hoạt động của một phân phối viên. Ở thời kỳ đầu một số nhà phân phối cần có sự giúp đỡ của bạn. Họ có thể cần đến` bạn, khi họ đặt ra những câu hỏi tập duyệt đoạn

hội thoại đầu tiên của mình với bạn. Bạn hãy hoạt động với họ cho đến khi họ có thể làm việc độc lập.

Những phân phối viên mới khởi nghiệp không bao giờ có thể tạo dựng được sự nghiệp kinh doanh nếu họ chưa có khả năng tự tuyển lựa các ứng cử viên và cung cấp cho họ những thông tin cần thiết. Chúng ta sẽ dành chương sau cho quá trình lựa chọn ứng cử viên.

Còn đây là “viên đạn kỳ diệu”, hay bí quyết của quá trình đỡ đầu. **Mỗi một buổi giới thiệu tiếp theo trong cuộc đời của ứng cử viên phải là sự kiện quan trọng hơn buổi giới thiệu trước.** Chúng ta sẽ trở lại vấn đề này trong phần nói về các buổi giới thiệu và các cuộc họp, nhưng tôi muốn bạn nhìn thấy quá trình đó một cách tổng thể và rõ ràng hơn. Bạn cần phải bàn với người đỡ đầu của bạn về đặc điểm hoạt động của chương trình của bạn, còn tôi sẽ nói cho bạn biết tôi đã làm điều đó như thế nào

Khi tôi muốn mời một ứng cử viên đến

buổi giới thiệu đầu tiên, tôi luôn mời trong một không khí yên tĩnh, trung hòa. Tôi muốn mọi người cảm thấy thoải mái. Tôi tiến hành buổi giới thiệu ở nhà họ hoặc ở quán cà phê (nhưng không phải là trong giờ nghỉ ăn trưa). Tôi nghĩ, nên tiến hành ở nhà ứng cử viên hơn để chúng tôi không bị người khác phiền nhiễu, hơn nữa đây là cơ hội thật tuyệt vời để nói chuyện với cả hai vợ chồng họ. **Nếu bạn muốn có hiệu quả khả quan thì cả hai vợ chồng họ cùng phải có mặt trong buổi giới thiệu của bạn.** Khi tôi ấn định cuộc gặp mặt, tôi thường nói cho người ta hiểu rằng sẽ vô cùng quan trọng nếu cả hai vợ chồng họ cùng có mặt trong bổi giới thiệu. Sau đây tôi sẽ kể về điều đó cụ thể hơn

Khi tôi đến chỗ họ, tôi lập tức cố gắng giữ mình ở thế chủ động. Thay vào việc bắt đầu bằng những câu nói xã giao không cần thiết, tôi giải thích ngay rằng, tôi rất quý trọng thời gian của họ, cho nên tôi đề nghị lập tức đi vào việc ngay. Tôi đề nghị họ tắt vô tuyến hay đài để không bị phân tán tư tưởng vào bất cứ cái gì. Bạn có thể đang

ngạc nhiên chăng. Nhưng đa phần mọi người thường mở vô tuyến khi họ vừa bước vào nhà và để cho nó làm việc suốt cả ngày

Điều mà bạn chuẩn bị thông báo cho họ là rất quan trọng cho nên tốt hơn là hãy gạt bỏ mọi trở ngại sang một bên. Tôi cũng đề nghị họ tắt điện thoại hoặc đặt nó ở chế độ "trả lời tự động". Thường thì những lúc như vậy cặp vợ chồng nhìn tôi cứ như là tôi vừa đề nghị họ hiến một cái thận của họ vậy

Đôi khi họ tắt điện thoại, nhưng đôi khi thì không. Trong bất kỳ trường hợp nào tốt hơn hết là hãy đề nghị từ đầu. Nếu như mọi người tắt điện thoại, bạn sẽ không bị cái gì ảnh hưởng. Một số người không biết rằng, tiến hành buổi giới thiệu mà không bị cái gì quấy nhiễu quan trọng đối với tôi đến mức nào, mặc dù nếu chuông điện thoại réo, thì bình thường họ trả lời cũng không lâu. Nhưng nếu như cuộc nói chuyện điện thoại của họ có vẻ kéo dài, bạn hãy dừng giới thiệu lại và đợi cho đến khi người trả lời điện thoại nói chuyện xong và tiếp tục nghe bạn.

Tôi còn nhớ, một lần tiến hành buổi giới thiệu và nó có vẻ sẽ kết thúc tốt đẹp, thì bỗng nhiên chuông điện thoại đổ. Người vợ ra nhấc ống nghe. Là mẹ cô ấy gọi điện đến, cho nên cô ấy nói rằng, cô ấy phải nói chuyện với mẹ mình, còn tôi có thể tiếp tục câu chuyện với chồng cô ta. Người vợ kết thúc nói chuyện điện thoại cũng là khi tôi giới thiệu xong. Khi tôi nói xong, người chồng tỏ ý muốn tham gia vào công việc kinh doanh ngay. Nhưng người vợ đã ngăn cản và nói: "Anh ơi, anh có thấy là chúng ta còn phải bàn về vấn đề đó không?" Lúc đó tôi hiểu là có vấn đề rắc rối nảy sinh. Tôi đề nghị cô ấy nghe tôi trình bày lại những gì cô đã bỏ sót nhưng cô đã từ chối. Cô ấy cố thuyết phục tôi rằng, chồng cô ấy sẽ giải thích lại tất cả cho cô ấy nghe và họ sẽ gặp lại tôi sau. Tất nhiên họ đã chẳng bao giờ gọi điện lại cho tôi.

Trong kịch bản này có hai vấn đề nổi cộm. Thứ nhất đó là, một người trong hai vợ chồng sẽ không bao giờ giải thích được bản chất của kinh doanh cho chồng (hoặc vợ) mình. Anh ta chỉ được

nghe giới thiệu một lần nên không thể nào có thể làm được điều đó một cách khách quan. Thứ hai, bạn hãy nhìn vào sự biến chuyển của tình huống. Nếu một người trong hai vợ chồng quyết định thay cho cả hai thì người thứ hai sẽ lập tức làm gì Sẽ "Cứu gia đình" khỏi quyết định vội vàng này. Người đó sẽ nhanh chóng tấn công quyết định này, tả xung hữu tột để tìm ra trong đó những thiếu sót. Và thậm chí nếu không có nhược điểm thì cũng có thể tự bịa ra. Nếu như sau buổi giới thiệu vợ chồng cùng quyết định thì họ sẽ cùng nhau làm quyết định của mình.

Có một vấn đề khác có thể xảy ra

Người vợ hay người chồng có cách nghĩ tiêu cực sẽ chỉ trích các buổi giới thiệu và vì vậy họ sẽ tử chối tham gia vào mạng lưới. Bạn nên nhận ra điều đó ngay từ đầu, như thế tốt hơn là cứ kí họ vào mạng lưới và đặt hy vọng vào họ như vào những doanh nhân thực sự, để rồi sau đó chưa đầy một tháng đã chia tay với họ.

Trong trường hợp khả năng hơn là đôi khi

người chồng hay vợ có cách nghĩ tiêu cực không muốn tham gia kinh doanh, nhưng lại cho phép bạn đời của mình thử vận may. Đó là một sự khởi đầu tốt. Nếu như bạn mời được người chồng hoặc người vợ đa nghi tới dự một vài buổi giới thiệu thì có thể, sớm hay muộn họ sẽ thay đổi ý nghĩ của mình. Dù sao thì qua những nguyên nhân kể trên bạn cũng đều có thể rút ra kết luận, tại sao có mặt của cả hai vợ chồng trong buổi giới thiệu lại quan trọng đến thế.

Nếu tôi đi đến buổi gặp mặt thấy rằng một trong hai vợ chồng vắng mặt, tôi sẽ chuyển buổi gặp mặt này sang thời điểm khác. Phương án khác là tiến hành buổi giới thiệu cho một người. Chúng ta hãy giả sử rằng, anh ta thấy thích công việc này và bày tỏ ý muốn` "ký hợp đồng", nhưng bạn hãy đề nghị anh ta không kể gì cho nửa thứ hai của mình ở nhà. Bạn và anh ta hãy thỏa thuận hẹn nhau vào ngày khác, khi bạn có thể gặp cả hai vợ chồng họ.

Còn bây giờ chúng ta quay lại ví dụ về việc tiến hành buổi giới thiệu tại nhà. Sau khi tắt vô

tuyến và điện thoại, tôi đề nghị xuống bếp để tôi có thể ghi chép trên bàn ăn. Tôi cố gắng ngồi ở cuối bàn, còn người chồng và người vợ ngồi ở đầu bàn bên kia, đối diện với tôi. Như vậy họ sẽ nhìn thấy tôi rất rõ, còn tôi thì thường xuyên giữ được liên hệ với họ. Những thủ tục tiếp theo của buổi giới thiệu đều như nhau, hoàn toàn không phụ thuộc vào vị trí tôi đang tiến hành buổi giới thiệu, trong nhà bếp hay trong quán cà phê.

Buổi giới thiệu “một chọi một” đầu tiên này là phương án rút ngắn của buổi giới thiệu. Tôi bỏ qua phần đầu tiên nói về chuyện hệ thống kinh tế của chúng ta làm việc trí trệ và nhiều người sống trong thất vọng, buồn chán như thế nào. Tôi không đề cập đến điều đó dai hai nguyên nhân; Thứ nhất - nhiều người sẽ không cảm thấy thoải mái khi ở buổi gặp gỡ đầu tiên phải thừa nhận rằng cuộc sống của họ không suôn sẻ, rằng họ nợ nần triền miên hoặc họ không hài lòng với công việc. Chúng ta sống trong một xã hội giả tạo, thiếu chân thực. Tất cả mọi người đều muốn người khác nghĩ rằng, công việc của họ tiến triển

tốt đẹp hơn nhiều lần so với thực tế. Và nếu trong buổi gặp đầu tiên tôi để cập đến vấn đề này quá lâu, thì họ rõ ràng sẽ lui vào thế phòng ngự và sẽ “đóng cửa” hay là “cấm vận” đối với tôi. Bạn không cần phải tấn công quan điểm của những ứng cử viên của bạn, cho nên hãy tạm gác thông tin này lại đến lần sau, mà hãy lập tức chuyển qua vấn đề lợi nhuận thu được qua kinh doanh. Hãy giải thích cho họ thấy, nó làm việc như thế nào và hãy kể về sản phẩm và các dịch vụ

Nguyên nhân khác mà tại sao tôi bỏ qua thông tin này là vì tôi cần một thông tin để dành cho lần sau, khi mà họ quyết định tìm hiểu chương trình sâu hơn (đây là bước tiếp theo trong quá trình). Điều đó sẽ biến đổi buổi giới thiệu sau thành một sự kiện có quy mô lớn hơn lần đầu tiên. Tùy thuộc vào từng chương trình, buổi giới thiệu đầu tiên phải được kéo dài ít nhất là 30 phút, nhưng không quá 45 phút.

Tôi cố gắng nhấn mạnh rõ tầm quan trọng của việc làm quen với chương trình lần thứ hai để

họ có thể hiểu rõ hơn vào lần thứ hai hoặc thậm chí lần thứ ba. Lúc đó bạn có thể tự hào mà nói với người đang ngồi trước buổi giới thiệu này như thế nào, anh ta thực sự là một ngôi sao đang tỏa sáng của Công ty!”

Tôi muốn rằng bước tiếp theo – “cái nhìn 4 thứ hai” – phải là một sự kiện nghiêm túc hơn, vì thế tôi mời bạn đến dự cuộc họp tại nhà. Về cơ bản, ứng cử viên sẽ được nghe lại buổi giới thiệu trước, nhưng lần này nghiêm túc hơn. Nó chiếm một khoảng thời gian dài hơn, chứa đựng nhiều thông tin hơn và quan trọng hơn là ở đó có mặt những người khác cũng ở vào địa vị của ứng cử viên. Bây giờ buổi giới thiệu có sức thuyết phục hơn vì họ thấy xung quanh còn có những người khác. Mà thậm chí nếu tôi mời họ về nhà tôi dự họp, và ngoài họ ra còn có 6 người khác tham gia cuộc họp này nữa, thì dù sao đây cũng là một sự kiện có tầm cỡ hơn là buổi giới thiệu “một chọi một” đầu tiên

Đối với giai đoạn tiếp theo của quá trình cần một cấp bậc cao hơn một chút. Tôi mời họ

đến dự "buổi họp gia đình" với quy mô nhỏ (gia đình ở đây tức là tổ chức của tôi hoặc của người đỡ đầu của tôi) – buổi giới thiệu đan chéo mở rộng. Đang chéo ở đây có nghĩa là 2 một vài thủ lĩnh trong kinh doanh theo mạng dẫn những người của mình đến dự buổi giới thiệu. **Nếu cùng làm việc trong cuộc họp mở rộng này, mỗi tổ chức chỉ có lợi mà thôi.** Trong cuộc họp có thể có mặt 200 cũng như 2000 người. Khi bạn đưa ứng cử viên của mình tới cuộc họp thì được đây là một sự kiện trọng đại. Càng nhiều người tham gia bao nhiêu càng có thể họ muốn cộng tác với chúng ta hơn bấy nhiêu. Kinh nghiệm của tôi cho thấy rằng, nếu buổi giới thiệu tập hợp được hơn 300 người thì mỗi người mới ở đây sẽ "ký hợp đồng". Trong cuộc họp mọi người sẽ có cảm giác là họ được cả tập thề đồng tình ủng hộ.

Thường thì được điều đó xảy ra trong trường hợp, nếu những tân binh đã được dự ít nhất là một buổi giới thiệu. Chẳng nên dẫn các ứng cử viên không hề biết gì tới dự cuộc họp lớn ở khách sạn. Họ có thể nhìn nhận mọi việc một

cách tiêu cực và là ảnh hưởng xấu đến những người xung quanh. Cuộc họp mở rộng trong khách sạn phải là giai đoạn thứ hai, thứ ba, thậm chí là thứ tư trong chương trình

Tất nhiên, trong các buổi gặp mặt đan chéo mở rộng thì chỉ có các phân phối viên đã thành danh mới được tiến hành buổi giới thiệu của mình. Họ đã có kinh nghiệm trong công việc này, vì thế họ rất hóm hỉnh, nhạy bén, có sức lôi cuốn và có hiệu quả cao. Đó là thời điểm huy hoàng của quá trình đỡ đầu. Ứng cử viên nhìn thấy một tổ chức đang chuyển mình phát triển, dường như càng ngày càng lớn mạnh hơn. Và tất nhiên, mỗi lần đều có khả năng kỳ diệu gặp được người quen nào đó tại đây ("Chẳng lẽ đó chính là anh Tim và chị Monica mà tôi gặp ở nhà thờ hay sao? Tôi vừa mới nghĩ đến họ xong. Nếu chúng ta "ký hợp đồng " ngay, thì tôi sẽ có thể ký vào trong cùng một nhóm với họ…. ")

Nếu bạn thấy rằng tôi quá chú ý đến việc điều khiển mỗi bước trong qúa trình, thì điều đó thực tế là như thế. Hoặc bạn điều khiển quá trình

hoặc quá trình điều khiển bạn

Trong quá trình có một điều kỳ diệu. Nếu bạn bỏ qua một số bước nào đó, thì quá trình sẽ bị đổ bể hoặc mất hiệu lực. Bạn hãy nghĩ về những gì mà ứng cử viên có thể nghĩ trong quá trình hoạt động của bạn

Bạn hãy hỏi anh ta xem anh ta có muốn có thu nhập bổ sung và tiền thưởng cho bản thân hay không? Ứng cử viên sẽ thể hiện là anh ta vừa quan tâm vừa đề phòng, thì lúc đó bạn hãy trao cho anh ta tập tài liệu ban đầu

Các ứng cử viên sẽ cảm thấy rằng các tư liệu có sức thuyết phục, chúng có ảnh hưởng rất lớn đến họ, và họ muốn tìm hiểu thêm. Nhưng họ vẫn cẩn thận, thậm chí có đôi chút hoài nghi. Như vậy, bạn cho họ cơ hội thu nhập nhiều thông tin hơn trong một không khí yên tĩnh. Ví dụ, bạn đến nhà họ, hoặc mời họ đến quán gần đó uống tách trà. Bạn nói với họ rằng, cuộc nói chuyện chỉ chiếm 30 phút thôi. Họ thấy như thế là chấp nhận được và thế là bạn và họ gặp nhau. Bạn tiến hành

buổi giới thiệu nhanh chóng ngắn ngọn, không nhắc đến nền kinh tế đang bị suy thoái nhưng lại nhấn mạnh đến lợi nhuận trong kinh doanh. Những lời nói của bạn có trọng lượng, họ muốn làm thỏa mạn cơn khát tri thức của mình. Bạn giao về nhà cho họ thêm một tập tư liệu nửa để khẳng định những lời nói của bạn và làm cho họ thêm quan tâm.

Trước khi giao bộ tài liệu bạn hãy ấn định trước cuộc gặp tiếp theo và hãy giải thích, họ có thể biết thêm được bao nhiêu sau lần thứ hai. Bạn hãy giải thích cho họ, người đỡ đầu của bạn là người năng động như thế nào, cho nên anh ta sẽ dẫn dắt buổi giới thiệu lần sau, và bạn đã thỏa thuận với anh ta về việc này hai ngày trước cuộc nói chuyện hôm nay ở nhà bạn. Buổi chiều họ đến nhà bạn dự buổi họp và gặp 10 người khác ở đó. Đó là vì, có thể, bạn đã mời thêm một cặp vợ chồng đến dự buổi họp mặt, cả người đỡ đầu của bạn cũng đến cùng bạn bè người quen của mình. Và vì vậy trong tiềm thức (cũng có thể trong ý thức) ứng cử viên của bạn nghĩ rằng:

"Chà, chà, buổi giới thiệu (người đỡ đầu của bạn rất cừ!). Và rất có thể là họ sẽ tham gia vào cuộc nói chuyện vài phút sau khi kết thúc buổi giới thiệu. Bạn hãy nhớ rằng: điều quan trọng nhất đó là **cuộc họp sau cuộc họp!**

Để bạn dễ hiểu được quá trình này hơn,chúng ta hãy giả sử rằng, khách mời của bạn vẫn chưa có ý định muốn tham gia vào tổ chức sau buổi giới thiệu tại nhà. Bạn đưa cho anh ta tập thông tin tiếp theo và ấn định buổi gặp lần sau. Bạn đến gặp anh ta trong vòng vài ngày sau đó. Trong cuộc nói chuyện bạn hãy nhắc lại các vấn để cơ bản và hãy trả lời bất kỳ câu hỏi nào có thể nảy sinh và hạy mời anh ta dự buổi giới thiệu.

Cứ cho như đó sẽ là cuộc họp "gia đình" trong tổ chức của bạn. Đây vẫn chưa phải là cuộc họp đan chéo, nhưng là cuộc họp của các thành viên trong "nhánh" của bạn. Cuộc họp này có thể diễn ra ở nhà bạn hay ở khách sạn phụ thuộc vào số lượng người

Sau đó bạn sẽ mời ứng cử viên của bạn

đến dự cuộc họp có khoảng 30 (hoặc 3000 người). Bất ngờ điều đó như là một ý tưởng tuyệt vời! Xuất hiện nỗi sợ bị mất mát. Họ hình dung tất cả những người này ở trong tổ chức của mình và số tiền lợi nhuận do tổ chức này mang lại cho họ. Thực tế là: 90% ứng cử viên của bạn sau đó đồng ý ký hợp đồng. Xong hãy giả sử rằng, mặc dù bạn rất am hiểu qúa trình nhưng mọi người vẫn chư ký hợp đồng. Lúc đó bạn giao cho họ về nhà tập thông tin bổ sung và ấn định cuộc gặp lần sau.

Cuộc gặp lần sau là cuộc họp đan chéo mở rộng. Họ đến đó (hay nói một cách chính xác hơn là bạn dẫn họ đến(đến một khách sạn sang trọng, nơi có mặt 200 hoặc 2000 người. Thường thì trong 15 giây đầu tiên sau khi họ bước vào gian phòng và nhìn thấy bao nhiêu ghế đá có người ngồi, họ đã quyết định một cách vô thức sẽ là cộng tác với bạn. Còn nếu họ vẫn chưa ký, thì họ chắc chắn sẽ ký sau bài giới thiệu của các thủ lĩnh kinh doanh theo mạng. Vì đây là cuộc họp đan chéo mở rộng, nên phải do những người đỡ đầu

giỏi nhất dẫn chương trình giới thiệu. Những người này có kinh nghiệm, vì họ đã tổ chức rất nhiều cuộc họp tại nhà và vì vậy một vài người trong số họ là những nhà hùng biện tuyệt vời nhất thế giới, thậm chí còn tuyệt vời hơn cả nhiều nhà diễn thuyết chuyên nghiệp. Họ dễ gây thiện cảm, am hiểu, thông thạo, nhiệt tình và thông minh, **sắc sảo nhạy bén.** Và vì họ vui vẻ, nên đông đảo công chúng, tức là các ứng cử viên, cũng thấy vui vẻ

Bạn hãy nhớ rằng: **mọi người cần phải tin vào điều gì đó.** Chúng ta đã đánh mất cảm giác đồng loại và tình cảm gia đình. Nhiều người cảm thấy thiếu sót và họ tìm kiếm sự thay thế cho cái đó trong tuyệt vọng, chán nản. Họ cần có những cơ hội, có xã hội, sự chuyển động, những cái gì đó to lớn hơn bản thân họ mà họ có thể tin tưởng. Được nhìn thấy 200 hay 2000 người hăng hái tích cực trong hội trường của khách sạn, trao đổi kinh nghiệm và cùng nhau vui vẽ, là một cảm giác thu hút lòng người đến mức họ sẽ ngay lập tức muốn trở thành một phần của toàn bộ bối

cảnh này! Nếu ứng cử viên của bạn sau đó vẫn chưa muốn cộng tác, hãy để anh tự do, anh ta không phù hợp với công việc kinh doanh này đâu

Trong thực tế, phần lớn mọi người sẽ tỏ ý muốn tham gia vào tổ chức ngay sau bước thứ hai hoặc thứ ba hoặc từ chối tham gia. Tất nhiên, thậm chí cả khi ứng cử viên của bạn "ký hợp đồng" ở giai đoạn đầu thì bạn vẫn cần phải cùng anh ta trải qua tất cả các cấp bậc khác trong quá trình, để họ cũng có cơ hội được dự các buổi họp có quy mô lớn. Điều đó rất cần thiết để họ tin rằng, họ đã quyết định đúng đắn và để tăng thêm lòng nhiệt tình của họ. **Tất nhiên bạn sẽ giúp họ tiến hành các buổi giới thiệu "hai chọi một" khi họ có những ứng cử viên riêng của họ, cho nên họ cũng sẽ dẫn người của mình đến những cuộc họp lớn này và "ký" những nhà phân phối viên mới.** Và tổ chức của bạn lớn mạnh lên một cách đáng kể!

Bạn đừng mắc sai lầm. **Kinh doanh được xây dựng như thế đấy:** từ những buổi giới thiệu quy mô nhỏ "một chọi một" trong bếp hoặc trong

quá cà phê đến các cuộc họp tại phòng khách hay phòng làm việc, và sau đó sẽ là các cuộc họp gia đình có quy mô lớn, sau nữa là những hội nghị đan chéo mở rộng diễn ra tại khách sạn.

Nếu bạn không theo quá trình này, có thể xảy ra những bất trắc. Nếu bạn không tiến hành buổi giới thiệu "một chọi một", ứng cử viên của bạn có lẽ sẽ chẳng muốn đến dự cuộc họp tại nhà bạn. Và sẽ chẳng còn có ý nghĩa là, họ đã qua được vòng phân loại và hứa sẽ đến.

Họ cư xử như nhiều người trong thời buổi ngày nay của chúng ta. "Lời hứa" giờ đây dường như đã không còn ý nghĩa gì. Nếu vô tuyến chương trình hay thì họ sẽ chọn phương án ở nhà xem ti vi. Còn nếu họ đã dự buổi giới thiệu và thấy rằng họ có cơ hội, thì rất có khả năng là họ sẽ đến dự cuộc họp tại nhà.

Trong bất kỳ trường nào, họ biết bạn, họ biết bạn sống ở đâu – chẳng có gì đáng sợ cả. Mong muốn trở thành một người giàu có và tư lập sẽ lấn át mong muốn suốt cả buổi chiều ngồi xem

truyền hình cáp.

Bạn cũng sẽ làm hỏng quá trình, nếu bạn bỏ qua các cuộc gặp gỡ tại nhà. Bạn sẽ thấy rằng, những cuộc họp lớn tại khách sạn sẽ mất đi lòng nhiệt tình, và số người góp mặt trong cuộc họp sẽ bị giảm đi. Nếu các phân phối viên không tiến hành các buổi giới thiệu tại nhà, thì điều đó có nghĩa là họ không phải luôn có ứng cử viên, và có nghĩa là chính bản thân họ không muốn tham dự các cuộc họp. Càng ngày số người đến tham dự càng ít đi, các buổi gặp mặt trở nên thưa thớt vắng vẻ, số ứng cử viên tham gia "ký hợp đồng" ngày một ít hơn, và cả quá trình dần dần chấm dứt. Bạn đừng để cho điều đó xảy ra. Hãy làm tất cả theo trình tự. Hãy bắt đầu từ phương pháp tiến cận ban đầu, hãy tiến hành các buổi giới thiệu "một cho một" với các ứng cử viên có triển vọng. Hãy tiến hành chúng thông qua toàn bộ hệ thống. Đừng quên dựa theo hai điều kiện quan trọng nhất:

1. Sau mỗi bước trong quá trình bao giờ cũng phải hẹn ngày tổ chức sự kiện tiếp theo,

theo kế hoạch

2. Mỗi buổi giới thiệu sau cần phải mang tính chất quan trọng đối với ứng cử viên so với buổi trước.

Nếu tiến hành các bước theo hệ thống, bạn sẽ đạt được kết quả suất sắc nhất. Ứng cử viên của bạn sẽ thu nhập được thông tin với khối lượng vừa phải dễ hiểu, dễ tiếp thu. Anh ta sẽ cảm thấy sự xúc động, và nếu anh ta là ứng cử viên thực sự thì anh ta sẽ kiên trì.

Nếu bạn thường xuyên tổ chức 3-4 buổi giới thiệu trong một tuần (các buổi giới thiệu "một chọi một" và các cuộc họp tại nhà), tức là bạn làm việc trong phòng khách 3-4 buổi chiều trong một tuần, thì bạn có thể trở nên rất giàu có!

Còn bây giờ chúng ta hãy cùng chuyển sang chương sau và cùng xem xét, làm thế nào để thành công trong việc thu hút các ứng cử viên………

CHƯƠNG VII

LỰA CHỌN CÁC ỨNG CỬ VIÊN CÓ TRIỂN VỌNG NHƯ THẾ NÀO

Một trong những lỗi nghiêm trọng nhất mà mọi người thường mắt phải khi bắt đầu sự nghiệp kinh doanh của mình, đó là họ nghĩ: “Mình có thể bán cái đó cho ai nhỉ?”. Điều này hoàn toàn không đúng! Nhà phân phối thành đạt hoàn toàn không phải nghĩ về điều đó.

Đây là những gì xảy ra trên thực tế:

Mỗi sáng thứ hai hàng tuần vào lúc 6 giờ, 6 giờ 30, 7 giờ tiếng chuông đồng hồ báo thức vang lên trên toàn thế giới. Mọi người mắt nhắm mắt mở quờ tay tắt chuông đồng hồ báo thức để cố ngủ thêm năm phút nữa. Sau đó, vào giây phút cuối cùng, họ cùng dậy, chạy vào nhà tắm, vội vàng chuẩn bị bữa sáng, hoặc không kịp ăn sáng hoặc mua quà sáng ở đâu đó trên đường đến nơi làm việc

Đó không phải là một bí mật, 80% người dân không thích công việc của mình hoặc có thể nói là căm ghét công việc đó, còn 99,9% trong số đó cho rằng, đáng lẽ họ có thể kiếm được tiền nhiều hơn nữa. Đa phần trong số họ sống như trong trạng thái môn mê, họ ăn trưa trong ô tô trên đường về nhà. Ở nhà họ thả mình trên giường hay trên ghế bành, gãi gãi gáy và nốc ly bia đắng ngắt, xem những bộ phim dài tập vô vị trước khi đi ngủ…và cứ như thế cho đến thứ ba, sau đó tất cả lại bắt đầu lại từ đầu…Và lại như thế đến thứ tư: "Thật là một ngày khủng khiếp…" Rồi lại như thế cho đến thứ năm …

Cứ như thế cho đến thứ sáu: "May quá, đã sang thứ sáu rồi!"

Thứ sáu có nghĩa là đã được lĩnh lương cho cả tuần. Như vậy, vào lúc năm giờ chiều, khi thủ trưởng của họ "toét còi" gọi họ đến để lĩnh những đồng lương ít ỏi của mình, lúc đó (và chỉ trong khoảnh khắc) họ mới cảm thấy rằng họ đã có tiền

Tất nhiên, những đồng tiền này đã bị chi trả đi rồi nhưng trong thời khắc hạnh phúc đó, họ dường như vẫn nghĩ rằng tiền vẫn còn đang ở trong tay họ. Họ muốn tổ chức một buổi lễ nhỏ. Họ muốn hôm nay đi ăn tối ở nhà hàng! Tuy nhiên ở Mỹ bây giờ nhà hàng được thay thế bằng các tiệm pizza dành cho những người yêu thích bánh mì kẹp giò, thịt, bánh kẹp thịt và rau sống theo kiểu Mỹ, hay bánh pzza rắc thịt mà họ ăn cùng với chai Pepsi Cola giảm béo, hoặc 3 chai liền vì họ phải điều chỉnh trong lượng của mình.

Sau bữa ăn trưa họ đi vào cửa hàng bán băng video và mua 10-15 cuốn video, bằng ấy quá đủ để quên hết mọi điều xảy ra xung quanh mình, quên cuộc đời đầy lo âu phiền muộn của mình đi trong suốt hai ngày nghỉ cuối tuần. Và cứ thế cho đến thứ hai, khi chuông đồng hồ báo thức lại reo lên chất chứa và lại bắt đầu một tuần mới.

Bạn có hiểu không? Không phải là bạn cần họ. **Mà là chính họ đang cần những gì bạn giới thiệu với họ.** Vì thế bạn không nên nghĩ là “Ai có thể đồng ý làm việc này nhỉ?” mà nên nghĩ là

“Mình có thể giới thiệu cơ hội này với ai?”

Có thể bạn nghĩ rằng bạn đang bán các loại vitamin, bán các sản phẩm bảo vệ da hoặc bạn giảm giá cho các cuộc đàm thoại liên tỉnh? Bạn đang nhầm đấy. Bạn đang bán đi sự tự do. Đừng quên điều đó.

Bạn cho mọi người cơ hội trở thành chủ nhân của chính bản thân và thay đổi số phận của mình. Đối với phần lớn những người trong số họ rồi đây sẽ là cơ hội đầu tiên trong cuộc đời thành đạt. Và rõ ràng là ai cũng đều thích như thế, phải không?

Tất nhiên là không. Nhiều người không thích điều đó một chút nào.

Tại sao?

Tại vì họ phải từ giã thế giới thoải mái của mình. Tại vì họ cần có niềm vui vào bản thân mà họ không có. Còn một số người trong họ rất muốn thành đạt, nhưng lại chẳng muốn làm gì để

thành công cả. Họ ngồi chờ dịp may đến với họ, ví dụ như: một người thân giàu có của họ sắp qua đời sẽ cho họ được thừa kế cái gì đó, hoặc một tiếng chuông điện thoại từ phòng quay sổ số, báo tin họ được trúng giải thưởng lớn

Rất nhiều người muốn thành công nhưng lại tự cản trở mình mà không nhận thức được điều đó. Như vậy, trong khi số người cần những thứ mà bạn đang có rất lớn, thì nhóm người bắt lấy cơ hội mà bạn cho lại ít hơn rất nhiều

Và quá trình lựa chọn ứng cử viên (hoặc quá trình sơ bộ ban đầu) được bắt đầu ở đây. Bạn cần lựa chọn những người có mơ ước và nguyện vọng được làm việc (đó là các ứng cử viên), trong số những người chỉ hy vọng trúng sổ xố (tức là tất cả những người còn lại)

Tất nhiên, câu hỏi đầu tiên nảy sinh sẽ là: tìm những người này ở đâu? Có thể hỏi ai bây giờ?

Bạn hãy bắt đầu từ bạn bè, hàng xóm láng

giềng và bà con họ hàng thân thuộc. Đó là bước khởi đầu lôgic và tự nhiên nhất. Bạn không phải bắt chuyện với những người không quen biết. Những người biết bạn ít nhất cũng sẽ đồng ý suy nghĩ về lời đề nghị của bạn và thường là họ đọc tập thông tin ban đầu

Nhiều người đồng ý nói chuyện với những người quen của mình một cách ngại ngùng, vì họ sợ lâm vào tình cảnh "bụt chùa nhà không thiêng" như bạn đã biết. Và trong đó có một phần sự thật. Nếu bạn làm việc cùng với anh Joe mười năm gần đây, mà bây giờ lại giới thiệu với anh ta cơ hội làm giàu, thì Joe chắc sẽ tỏ thái độ nghi ngờ

Điều đó là bình thường thôi. Bạn cần phải dạy anh ta. Hãy cho phép tôi được giải thích

Bản chất của kinh doanh có thể được xác định bằng ba từ đơn giản: "**Hãy sao chéo, hãy dạy và hãy khuyên bảo"** Bạn đã biết sao chép nghĩa là gì rồi. Bây giờ tôi giải thích thế nào là "dạy"

Đối với phần đông mọi người việc học tập dựa tên nguyên tắc là chuyên viên phải là người đến từ thành phố khác. Có một thực tế nữa là, nhiều người lại tin người lạ mạnh hơn là tin con gái của mình, hay chồng, hay người cha của mình v. v….

Vì họ hiểu gia đình mình từ mọi khía cạnh mà. Họ nhớ từng lỗi lầm mà bạn từng mắc phải, thậm chí cả trường hợp máy bán nước giải khát tự động nuốt tất cả xu lẻ của bạn, khi bạn 6 tuổi, hoặc cả chuyện bạn là chiếc quần thể thao và làm cháy nó. Họ không bảo đảm được cho mình một cuộc sống sung túc, hạnh phúc (mặc dù họ coi mình thông minh hơn bạn nhiều), thế thì làm sao mà bạn có thể biết cách xây dựng một cuộc sống hạnh phúc, sung túc này?

Điều gì thường xảy ra? Bạn tham gia vào một Công ty kinh doanh theo mạng và thích thú những khả năng đang mở rộng. Bạn bắt đầu nghĩ đến những người mà bạn muốn hoạt động, và tất nhiên, bao giờ cũng nghĩ về bố mẹ của mình đầu tiên. Bạn gọi điện thoại cho bố mẹ, về nhà thăm

họ và tổ chức buổi giới thiệu. Điều đó thật tuyệt! bạn ngã lưng trên ghế bành và thư giãn chờ đợi ý kiến ủng hộ từ phía cha mẹ đang hạnh phúc của mình, vì cuối cùng bạn đã quyết định trả ơn họ vì tất cả những gì họ đã dành cho bạn từ khi bạn chào đời đến bây giờ. Người mẹ quay sang bạn âu yếm nói: "Này Ngài Thông thái Vĩ đại, ngài muốn làm ra số tiền đó ư? Chẳng lẽ con đã quên là có lần con kiếm tiền bằng nghề đi giao bán và không tài nào thức dậy đúng giờ rồi sao? Và thế là bố con đã phải đi phân phát cả số báo cho thay con đó thôi"

Bạn rất buồn. Bạn cố làm một điều gì đó tốt đẹp cho họ, giúp đỡ họ, còn họ thì đối xử cứ y như là bạn sẽ cho họ một vé mời miễn phí đến gặp bác sỹ Kach Cavorkian (bác sỹ người Hoa Kỳ, người áp dụng phương pháp"tử thuật vô thông tự nguyện" – tức là làm cho người mắc bệnh nặng chết theo nguyện vọng của anh ta với mục đích giải phóng anh ta khỏi đau đớn)

Trong bạn vừa có hội chứng "bụt chùa nhà không thiêng" Chẳng ai bảo đảm được là mình sẽ

không mắc phải hội chứng đó. Cho tận đến ngày hôm nay, tôi cho rằng buổi giới thiệu khó khăn phức tạp nhất mà tôi đã một lần tổ chức, là buổi giới thiệu cho chị gái Lacy của tôi. Đó cũng chính là nguyên nhân tại sao đa phần mọi người lại sợ nói chuyện với bạn bè, người thân hay hàng xóm láng giềng của mình

Nhưng vẫn có cách giải quyết

Hãy bắt đầu vào xây dựng mạng lưới của mình và cứ để cho các phân phối viên mới của bạn nói chuyện với những người thân hay bạn bè của bạn về khả năng trong kinh doanh. Điều này cũng có lí lẽ của nó. Vì đây là thị trường tốt nhất của bạn. Vì bạn thực sự là không muốn gọi những cú điện thoại "lạnh" cho những người không quen biết

Vì tốt hơn hết là làm việc với bạn bè và những người bạn yêu quý. Vậy làm điều đó như thế nào!

Khi bạn mới bắt đầu sự nghiệp kinh doanh

của mình, bạn không nên tự tiến hành buổi giới thiệu. Người đỡ đầu của bạn (hoặc trong trường hợp tăng trưởng nhanh thì người đỡ đầu của người đỡ đầu bạn) phải tiến hành các buổi giới thiệu đầu tiên thay cho bạn, trong khi bạn sẽ phải ghi chép và học tập. Vào lúc này bạn cần phải dành mình cho những người không có hội chứng "bụt chùa nhà không thiêng". Bạn hãy đặt ra các câu hỏi phân loại. Họ biết bạn và tin tưởng bạn, nên họ sẽ trả lời các câu hỏi một cách trung thực. Bạn hãy đưa bộ tài liệu thông tin ban đầu cho những người quan tâm đến kinh doanh. Đừng quên nhắc đến rằng, đây cũng là cơ hội mới cho bạn, rằng bạn khám phá ra cơ hội này cho mình chỉ mới đây thôi, còn thầy của bạn là một doanh nhân đầy kinh nghiệm, người giúp đỡ mọi người trở thành độc lập về tài chính. Bạn giới thiệu người đỡ đầu của bạn như vậy, tức là bạn dạy các ứng cử viên tin tưởng vào người đỡ đầu của bạn

Sau khi họ xem qua tập thông tin sơ bộ và bắt đầu quan tâm đến kinh doan, thì bạn hãy một

lần nữa bảo đảm với họ về kinh nghiệm và nguyện vọng muốn giúp đỡ họ của người đỡ đầu bạn, hãy làm cho họ không nghi ngờ rằng công nghiệp Giô này sẽ luôn sẵn sàng đến và đích thân trả lời tất cả các câu hỏi về kinh doanh của họ.

Nếu bạn muốn làm việc với bạn bè hay người thân của bạn thì bạn cần phải bắt cái “tôi” của bạn phục tùng người thầy của bạn. Chỉ có thế người đỡ đầu của bạn mới có thể có ích nhất cho bạn. Trong trường hợp nếu người đỡ đầu của bạn gặt hái được một số thành công hãy gọi anh ta là “chuyên gia kinh doanh”. như vậy, bạn sẽ nâng cao được lòng tin của bạn bè và người thân vào bạn vào sức mạnh của bạn. Vì nguyên nhân sau đây

Chúng ta giả sử rằng, người đỡ đầu của bạn gọi điện cho bạn bè, hàng xóm và những người thân của bạn và thử kể cho họ nghe về khả năng kinh doanh. Chắc là họ sẽ bỏ ống nghe xuống. Nếu như bạn làm điều đó, họ sẽ coi bạn như là “bụt chùa nhà” vậy

Vậy bí quyết chính là ở đây ….

Vì kính trọng bạn, nên những người thân thiết của bạn đồng ý đọc tập thông tin sơ bộ. Và vì bạn nói rằng, bạn là tân binh trong kinh doanh và vẫn chưa am hiểu hết các ngõ ngách trong đó, nhưng có một chuyên gia tư vấn của bạn trong vấn đề này, cho nên **họ có thể nghe thấy những thông tin, mà họ chưa được nghe từ phía bạn, từ vị chuyên gia kia và cuối cùng họ có thể đánh giá các thông tin này. Đây chính là bí quyết cho sự khởi đầu thành công và bí quyết này rất có hiệu quả!**

Trong khi bạn đang học tập ở người đỡ đầu của mình cách tổ chức buổi giới thiệu (thì quá trình này chiếm khoảng 5-8 tuần), bạn lập danh sách những ứng cử viên mà theo bạn là có triển vọng nhất. Trong đó là những người bận bịu nhất, thành đạt nhất và kiêu ngạo nhất mà bạn biết. Bạn dẫn họ đến dự buổi giới thiệu nhưng buổi giới thiệu phải do người đỡ đầu của bạn tiến hành

Và suốt trong thời gian này bạn mài vót khả năng hùng biện của mình, dần dần tăng sự tự tin vào sức mạnh của mình và ký những phân phối viên mới vào mạng lưới của bạn. Đến cuối tuần đầu tiên bạn có thể tự lập tổ chức buổi giới thiệu”một chọi một”. Sau 5-8 tuần bạn sẽ hoàn toàn có thể tự tổ chức được các cuộc họp tại nhà. Sau đây là phương án tối ưu nhất

Nếu bạn tìm ra những người làm cho bạn phải nổi cáu lên hoặc những người tiếp tục coi bạn là “bụt chùa nhà” thì bạn chỉ cần mời người đỡ đầu của bạn tổ chức cuộc gặp “Cái nhìn thứ hai” cho họ. Bằng cách đó bạn có thể xây dựng được một tổ chức vô cùng lớn. Tổ chức này bao gồm những người thân của bạn, nó hấp dẫn và dễ nhân rộng. **Bất kỳ một người nào đều có khả năng xây dựng một mạng lưới bằng cách tương tự**

Thậm chí nếu bạn không có trình độ học vấn, là một người rụt rè và sợ tổ chức các buổi giới thiệu, bạn có thể bắt đầu sự nghiệp kinh doanh của mình một cách. Bạn sẽ làm phong phú

thêm vốn hiểu biết của mình, sẽ dạy lại cho nông nghiệp phân phối viên mới và ký thêm những người mới. **Bạn có đủ thời gian cần thiết để tìm thấy sự tin tưởng vào bản thân mình và phát triển khả năng tổ chức các buổi giới thiệu.** Hơn thế nữa, mỗi người mà bạn nói chuyện hoặc giao tiếp thường ngày, thấy bạn làm anh ta tiếp cận với kinh doanh và học tập trên các kinh nghiệm "sống" bổ ích. Hệ thống đó dễ dàng được nhân rộng bởi tất cả mọi người.

Nhưng có một vấn đề nảy sinh: "nhưng tôi muốn nhanh chóng" xây dựng cho mình một mạng lưới kinh doanh. Tại sao lại không đăng mẫu quảng cáo lên các tạp chí hoặc gửi qua bưu điện nhỉ? " Câu trả lời là: "**Tại vì mặc dù điều đó là có thể được, nhưng sẽ khó có thể sao chép được"** Bạn càng xa vời với "thị trường nóng" bao nhiêu thì người khác càng khó sao chép bạn bấy nhiêu. Thường thì một người trung bình không có khả năng cần thiết hoặc đủ tiền để đăng quảng cáo lên các tạp chí hoặc gửi nó theo đường bưu điện.

"Nhưng người ta vẫn làm như thế cơ mà – bạn chống chế. Mới trong tuần này tôi đã nhận được 6 cuốn băng casette quảng cáo gửi theo đường bưu điện!"

Tôi sẽ trả lời bạn rằng: "Vâng, đúng thế". Nhiều người tạo dựng sự nghiệp kinh doanh của mình bằng cách này trên thị trường lạnh". Chính tôi cũng đã làm như thế trong vòng nhiều năm cho đến khi nhận thức được sức mạnh thực sự của quá trình sao chép. Các chiến lược "thị trường lạnh" lôi cuốn rất nhiều người tham gia loại trừ những người ở lại và làm việc kinh doanh lâu dài. Đây là lĩnh vực của "những hy vọng bị lừa gạt". Và nảy ra những chuyện, ví dụ như một phân phối viên có một danh sách người để gửi quảng cáo và tham gia vào tổ chức. Anh ta đổ 50 nghìn đô la vào chiến dịch bưu chính viễn thông để gửi đi rất nhiều băng tiếng và băng hình rẻ tiền. Vì phần lớn những người trong danh sách của anh ta là những tay kinh doanh theo mạng "dở hơi" trước đây, bây giờ cũng đang chán nản đi tìm thêm một "siêu chương trình" mới, họ sẵn sàng tham gia

ngay lập tức và tranh thủ cơ hội làm việc trực tiếp với “anh chàng oai phong” này và rơi vào “vòng xoáy của hình thức kinh doanh mới này”. Như vậy là doanh nhân “oai phong” của chúng ta kiếm được đến 30 nghìn đô là trong 1 tháng sau anh ta chi thêm 25 nghìn đô la nữa và dần dần kết thúc gửi bưu điện theo danh sách của mình. Tiền thưởng của anh ta tăng lên đến 50 nghìn đô la, và anh ta vẫn không quên từng giờ từng phút nhắc mọi người trong nhóm của mình về số tiền đó. Anh ta nói với họ, rằng họ cũng có thể tìm được “miền đất hứa”. Tất cả những gì họ cần làm đó là gửi các cuốn băng casette đến tất cả các địa chỉ trong các danh sách của họ, như anh ta đã làm. Tất nhiên là anh ta quên nhắc đến là anh ta đã phải đầu tư vào đó 75 nghìn đô la. Thật ra thì đây là khoản đầu tư có lợi cho anh ta, vì sau đó tất cả những thành viên “dở hơi” trong nhóm của anh ta chán nản cố lặp lại thành công này của anh ta bằng cách lao vào gửi các băng casette theo các danh sách địa chỉ

Những người tương tự như tôi có thể gửi

từ mỗi một danh sách năm cuộn băng casette mỗi ngày. Những người khác (mà chưa ký hợp đồng ngay) nhìn thấy số lượng lớn băng casette được gửi qua đường bưu điện, thì nghĩ rằng, có thể họ đang đánh mất một cơ hội may mắn nào đó. Vì thế họ xem lại quyết định của mình và tham gia vào. Vào thời điểm này doanh nhân thành đạt của chúng ta kiếm được 80 nghìn đô la trong tháng và đã thôi bỏ tiền ra cho chi phí vận chuyển qua bưu điện. Anh ta có cả một quan đoàn những người kinh doanh theo mạng làm công việc này cho anh ta

Kịch bản này của anh ta đã thành công. Anh ta nhanh chóng kiếm doanh nghiệp hoặc tiền. Và kịch bản này cũng thành công đối với một số người, những phân phối viên gần gũi nhất của anh ta (không phải nhiều người, mà chỉ một số người). Nhưng tất nhiên, điều đó không thể được nhân rộng lên. Tại vì rất ít người, có thể cho phép mình đầu tư 450 hoặc 75 nghìn đô la tiền riêng cho sự khởi nghiệp này, kể cả nếu họ có danh sách các địa chỉ để gửi bưu điện và có tài viết

lách.

Và vì lòng nhiệt tình của số đông những người hăng hái ban đầu dần dần bị giảm xuống, cho nên chương trình bị mất đi sức hấp dẫn của mình, các chi phí bắt đầu tăng lên so với lợi nhuận và số tiền bị giảm xuống. Phần lớn những người tham gia vào chương trình kiểu này không bao giờ kiếm được dù chỉ là một đô la. Họ phải chi một đống tiền cho việc mua băng casette để duy trì nguồn ngân sách cho dịch vụ bưu điện. Thực tế (bưu điện đã hòan thành nhiệm vụ, phải cám ơn nó) những người phụ trách việc sang băng làm ra cả gia tài, còn doanh nhân “oai phong” của chúng ta thì thu được lợi nhuận cỡ khoảng 400 nghìn đô la. Vì thế anh ta có thể trích từ khoản tiền này ra 50 đô la để “xoay: một công việc mới…

Công việc mà những tay thất bại: dở hơi đã bị mất tiền giờ đây đang nóng lòng chờ đợi, họ chỉ mong muốn một điều là người đầu tiên bước chân vào công việc kinh doanh mới.

Những người không thành đạt này thử vận

may 4-5 lần liền có khi là đồng thời) chán nản hy vọng là họ sẽ có lợi nhuận. Và khi không có lợi nhuận họ lại bỏ kinh doanh và tuyên bố rằng kinh doanh đa cấp là không có hiệu quả. Cho đến khi (khoảng hai năm sau) họ tìm thấy trong thùng thư cuốn băng casette mới, cuốn băng này kích thích lòng ham muốn của họ và họ lập tức bắt tay vào công việc. Họ luôn tất tả chạy nhưng họ luôn bị muộn

Nếu như họ tiế hành công việc theo tất cả các quy tắc, tìm ra một Công ty và những người đỡ đầu sẵn sáng giúp đỡ họ, thì họ đã có thể "thoải mái thư giãn" với số tiền thưởng không nhỏ từ lâu rồi.

Nếu như họ có thể thiết kế ra một mẫu quảng cào tuyệt hảo và bạn có một ít tiền dư dật, thì tất nhiên, quảng cáo này sẽ gây ấn tượng. Nhưng vì việc đó không được nhân rộng nên không thể xây dựng được một nền kinh doanh có lợi nhuận bằng cách này được. Vì thế tôi sẽ không thảo luận thêm về đề tài này nữa

Khi các cộng sự của bạn nói với bạn rằng, họ không muốn nói về kinh doanh với những người quen của mình, thì có hai nguyên nhân và hai cách giải quyết cho vấn đề này:

Nguyên nhân thứ nhất – đó là hoặc họ không tin rằng, công việc đó có tính khả thi. Họ nói những điều tương tự như: “Tôi không muốn nói chuyện với bất kỳ ai mà tôi biết. Đối với tôi quảng cáo và trao đổi đàm thoại với những người không quen còn dễ hơn. Còn sau đó, khi tôi đã trở nên giàu có và thành đạt, tôi sẽ quay sang bạn bè tôi”

Đây thật là một điều điên rồ! Nếu` bạn thực sự nghĩ rằng, bạn có cơ hội trở nên giàu có, hạnh phúc và được thỏa mãn chẳng lẽ bạn lại không muốn chia sẻ cơ hội tốt đẹp này với bạn bè và người thân của bạn hay sao?

Cần phải đào tạo những người này cho đến khi họ bắt đầu hiểu kinh doanh hoạt động như thế nào và họ cần một người đỡ đầu nghiêm khắc, người mà có thể hướng dẫn họ, đôi khi còn

bắt buộc họ làm một số việc cho lợi ích của chính họ. Khi tôi nghe thấy có người tỏ ý không muốn làm việc với "thị trường nóng", tôi khuyên anh ta giữ gìn tiền và tìm một công việc khác.

Phương án khác: phân phối viên mới của bạn là người đã từng thất bại trong kinh doanh theo mạng, tất nhiên anh ta đã nói chuyện với những người gần gũi của mình đến hai chục lần. Anh ta sẽ không tiện quay lại vấn đề kinh doanh. Có thể tôi cũng thuộc loại người này

Nhưng tôi đã tìm ra hướng giải quyết vấn đề. Khi tôi cảm thấy nghi ngờ và tưởng như không có tia hy vọng nào trong tương lai, thì tôi làm cái việc mà không phải bất cứ ai cũng có khả năng làm được. Trên thực tế nhiều người sợ nghĩ đến điều đó – **tôi nói ra sự thật**

Bạn hãy hình dung cuộc nói chuyện điện thoại như sau:

"Rod à, Randy đây. Cậu sẽ không đời nào tin, cậu sẽ đúng nếu bỏ ống nghe xuống, nhưng

tớ cần phải nói với cậu một điều. Tớ còn nhớ, chúng mình đã từng định kiếm ra nhiều tiền nhờ đống Vitamin kia, và công việc lấy phấn hoa cũng không thành, cũng như công việc với quần tất dùng chữa bệnh, tớ biết là cậu vẫn chưa giải phóng được khỏi đống bình lọc nước mà tớ đã bán cho cậu, cho nên cậu hoàn toàn có quyền bỏ ống nghe xuống, nhưng may tớ đã tìm được một công việc mới và tớ nghĩ đây là một cái gì đó hoàn toàn khác. Cậu nghe này…"

Còn nếu Rod bỏ ống nghe xuống thì sao? Điều đó có nghĩa là anh ta không phải là ứng cử viên. Bạn hãy nhớ rằng tất cả những gì bạn cần là "có" hay "không". Câu trả lời "tôi" sẽ suy nghĩ" là không phù hợp với bạn. Như thế là nếu Rod gác ống nghe, có thể cho rằng anh ta sẽ không suy nghĩ gì cả, cho nên cử chỉ của anh ta có thể coi là từ chối.

Nhưng có lẽ là anh ta sẽ không gác ống nghe. Nếu bạn chỉ nói sự thật như nó vốn có thì phần lớn mọi người sẽ nghe bạn. Hàng chục người chưa lần vào tham gia vào một chương

trình do bạn giới thiệu. Vả lại bạn luôn gặp gỡ nhiều người mới. Bạn làm quen với 3-5 người trong một tuần

Còn bây giờ chúng ta sẽ bàn luận về những gì bạn sẽ nói với những người mà bạn đang chuẩn bị đỡ đầu. Như tôi đã nói, đây là giai đoạn phân loại mà bạn sẽ bắt đầu từ các câu hỏi phân loại. Sau đây là một số trong những câu hỏi đó

CÁC CÂU HỎI PHÂN LOẠI

" Bạn có muốn có nguồn thu nhập mới và tiềm kiếm được nhiều tiền không?"

"Bạn có bao giờ nghĩ đến việc mở một công việc riêng của mình không?"

"Hiện nay bạn có kiếm ra số tiền mà bạn xừng đánh được h ưởng không? "

Có một phương pháp khác - đó là khi trong các câu hỏi của bạn có những thông tin "khêu gợi trí tò mò". Ví dụ như:

"Tôi đang theo một công việc kinh doanh mới, kiểu kinh doanh mới này cũng có thể sẽ hấp dẫn bạn. Bạn sẽ là chủ nhân của kinh doanh. Tôi giới thiệu với bạn một cơ hội kiếm tiền phụ và tạo ra nguồn thu nhập ổn định lâu dài. Tôi có tài liệu mà bạn có thể xem qua và đi đến quyết định rằng, hình thức kinh doanh này có phù hợp với bạn hay không…"

"Bạn cho mình là một người biết tư duy, có phải không? Tôi đang kinh doanh và muốn tìm hai người mạnh mẽ có nguyện vọng có thêm thu nhập. Tôi sẽ rất vui mừng được giúp bạn thành đạt"

"Jimmy, tớ đang say mê ý tưởng kinh doanh mới mà tớ mới gặp cách đây không lâu trong giới kinh doanh. Tớ đã biết được cách làm thế nào để có được lợi nhuận lớn và được giảm thuế. Tớ rất muốn chia sẻ với cậu và brenda những ý tưởng này và muốn biết ý kiến của cậu về vấn đề này…. "

"Tôi đang hoạt động trong lĩnh vực kinh

doanh có thu nhập cao. Tôi đến chỗ bạn để hỏi xem, bạn có cần việc làm thêm để tăng thu nhập hay không. Bạn cần có nhiều tiền hơn, hoặc thời gian hơn hay cả cái này cả cái kia? “

“Tôi có một sự nghiệp kinh doanh to lớn…”

“Cách đây không lâu tôi bắt đầu làm việc với những người hoạt động trong mạng lưới kinh doanh lớn …. ”

“Kinh doanh đang phát triển mạnh mẽ, bây giờ chúng tôi đang mở rộng hoạt động của mình và lựa chọn một số người năng động. Bạn đã để lại cho tôi ấn tượng của một con người muốn thành đạt trong cuộc sống. Nếu như bạn quan tâm đến việc tôi đang làm, thì tôi sẽ dành thời gian để trao đổi chi tiết với bạn “.

Mục đích của bạn trong giai đoạn này không phải là đỡ đầu ai đó, mà là xác định những ứng cử viên có tiềm năng

Việc lên kế hoạch của bạn dừng tại đây và

công việc kinh doanh thực tế bắt đầu. Bây giờ bạn bắt đầu lựa chọn các ứng cử viên có tiềm năng trong số những người còn lại. Các câu hỏi phân loại và tập thông tin sơ bộ sẽ giúp bạn trong quá trình tuyển lựa

Bằng cách này bạn có thể xác định, có ai để tổ chức buổi giới thiệu hay không. Những hãy hỏi lại những người đỡ đầu của bạn cho chính xác những chi tiết của thủ tục ban đầu và cách sử dụng những tài liệu cần thiết

Bạn sẽ tổ chức các buổi giới thiệu cho những người trả lời các câu hỏi phân loại là "có". Lúc đầu, khi bạn mới đang học cách tổ chức thì người đỡ đầu sẽ giúp bạn bằng cách tham dự buổi giới thiệu. Ngay sau khi học được cách tổ chức các buổi giới thiệu có hiệu quả, bạn sẽ tự tiến hành – "một chọi một" khi giúp đỡ các phân phối viên mới của mình.

Chú ý! Trong trường hợp tổ chức phát triển với tốc độ nhanh, người đỡ đầu của bạn có thể sẽ không đủ trình độ để dẫn dắt buổi giới thiệu.

Nếu là như vậy, bạn đừng buồn, hãy cầu cứu người đỡ đầu của anh ta và bạn sẽ tìm thấy người sẵn sàng giúp bạn. Đó là thời điểm rất quan trọng trong quá trình học tập của bạn. Quan sát và lắng nghe xem những người đỡ đầu của bạn tổ chức các buổi giới thiệu đầu tiên như thế nào (và ghi chép, tôi hy vọng là thế) bạn sẽ học được cách làm đúng. Bạn càng học được cách tự tổ chức các buổi giới thiệu sớm bao nhiêu thì càng sớm độc lập về tài chính bấy nhiêu. Sau đó bạn có thể dạy các cộng tác viên của bạn nhân rộng được quá trình này. Nếu làm theo hệ thống này, bạn có thể tạo dựng được mạng lưới kinh doanh đầy hứa hẹn, mang đến cho bạn lợi nhuận khá lớn.

TẬP THÔNG TIN SƠ BỘ

Bạn hãy ghi nhớ rằng, mục đích của tập thông tin sơ bộ là chọn các ứng cử viên có triển vọng trong số tất cả những người khác. Nói một cách thẳng thắn **có nghĩa là loại bỏ những người này và ấn định các cuộc gặp gỡ với những người khác**

Tôi khuyên bạn hãy chuẩn bị 10 bộ thông tin như thế và quay vòng chúng, vì nếu không hoạt động và đứng im tại chỗ thì bạn sẽ chẳng có nguồn thu nhập nào cả. Sự luân chuyển của các bộ thông tin này sẽ làm cho bạn trở nên giàu có. Bạn hãy lấy bộ thông tin từ chỗ Jim và đưa nó cho sean, sau đó hãy lấy nó từ chỗ Sean và đưa cho Sherry v. v..

Bộ thông tin sơ bộ làm như như sau. Khi bạn gặp cỡ và nói chuyện với ứng cử viên có triển vọng, hãy đặt cho anh ta một trong những câu hỏi phân loại mà tôi đã nói ở trên. Những người trả lời "không" không phải là ứng cử viên phù hợp cho kinh doanh. Nếu họ quan tâm đến sản phẩm, bạn hãy cung cấp cho họ thông tin về sản phẩm.

Những người trả lời "có" phải được nhìn thấy hệ thống, vì vậy ban đầu bạn hãy đưa cho họ tập thông tin sơ bộ. Đây là cơ hội để lại ấn tượng công việc tốt đẹp đầu tiên của bạn cho các ứng cử viên của bạn. Chúng tôi luôn nói rằng, chúng tôi "tìm những người đang tìm kiếm".

Chúng tôi muốn tìm những người có ước mơ hoặc những người mà chúng tôi có thể giúp khơi dậy nó. Tiếp theo chúng ta cần biết, họ có mong muốn làm việc để biến ước mơ thành hiện thực hay không. Và sau cùng chúng ta cần biết: những người này có phải là những người không có định kiến hay không, họ có nguyện vọng tham gia kinh doanh theo mạng không theo truyền thống này hay không. Tập thông tin sơ bộ sẽ giúp chúng ta hiểu về những người này hơn

Khi ứng cử viên trả lời câu hỏi đầu tiên của bạn là "có" anh ta vẫn chút nghi ngờ hoặc một vài câu hỏi. Bạn đừng ngạc nhiên khi nghe thấy câu trả lời cho câu hỏi phân loại của bạn như sau:

"Có thể. Còn phụ thuộc vào việc đó là gì đã"

"Vâng, nhưng cần phải xem xét đã"

"Nghe có vẻ hấp dẫn đấy, nhưng tôi muốn biết thêm về việc đó"

Chính những câu trả lời đó mới là cần thiết cho bạn. Thật là sai lầm khi đợi mọi người reo lên: “Một ý tưởng tuyệt vời hãy “ghi tên” tôi vào!” Chắc là bạn sẽ tỏ thái độ đề phòng cảnh giác, nếu người ta nói như thế. Người quan tâm đến kinh doanh nhưng có chút hoài nghi chính là đối tượng bạn cần. Hãy cung cấp tập thông tin sơ bộ cho những người này

Quan trọng hơn cả trong quá trình này là tạo ra cảm giác cần thiết hành động nhanh chóng. Bạn hãy báo cho ứng cử viên của bạn rằng các ứng cử viên khác cũng cần phải làm quen với tập thông tin và vì thế thời gian làm quen với thông tin không được quá 48 giời đồng bộ. Bạn hãy đòi hỏi họ phải hứa rằng họ sẽ sắp xếp được kịp thời gian.

Nếu họ nói rằng 48 giờ đối với họ vẫn chưa đủ (ví dụ họ sẽ bận công việc khác trong vòng 4 ngày) hãy nói cho họ rằng, những người khác sẽ tạm thời nghiên cứu tập thông tin này còn bạn sẽ mang nó đến cho họ sau 4 ngày nữa. Hãy chứng minh lời nói của mình bằng hành động.

Những tập thông tin này cần phải được quay vòng thường xuyên

Những phân phối viên mới khởi nghiệp có thể đặt ra các câu hỏi phân loại qua điện thoại. Đôi khi điều đó giúp họ cảm thấy mình được thoải mái hơn, vì họ dễ hiểu điều khiển tình huống hơn. Họ có thể được sự đồng ý của ứng cử viên quan điện thoại, còn sau đó mang tài liệu đến cho anh ta. Họ có thể rẽ vào chỗ ứng cử viên trên đường đi đâu đó, để máy nổ và không đóng cửa, nói một cách rất trung thực: "tôi phải vội, tôi đang đi đến …vì thế tôi quyết định rẽ vào chỗ bạn và đưa cho bạn tài liệu như đã hứa"

Sau đây là những ví dụ về các câu hỏi mà bạn có thể nghe thấy qua điện thoại cũng như các phương án trả lời:

"Đây là cái gì?"

"Đây không phải là chuyện có thể nói qua điện thoại, nhưng tôi dám chắc rằng đây là cơ hội tuyệt vời để tăng thu nhập của bạn và để kiếm

tiền phụ thêm. Tôi muốn bạn làm quen với một số thông tin bổ sung, nhưng không phải qua điện thoại".

"Cụ thể là **anh đang làm việc gì"**

"À, điều đó không thể giải thích qua điện thoại được, nhưng chúng tôi có một vài phương án tùy thuộc vào cái mà bạn cần. Hoặc đây là kinh doanh nhỏ nếu bạn muốn kiếm được vài chục đô la trong một tháng, hoặc đây là kinh doanh với qui mô lớn nếu quan tâm đến những gì và tôi sẽ cung cấp cho bạn thông tin cần thiết để bạn có thể đi đến quyết định đúng đắn.

"Việc đó có liên quan đến buôn bán không?"

"Thế bạn thích bán hàng có phải không? "

"Vâng"

"Thế thì tuyệt! bạn sẽ thích cái mà tôi giới thiệu với bạn, chúng tôi muốn giới thiệu với bạn một cơ hội làm kinh doanh và quản lý". Hoặc:

"Không "

"Thế thì tuyệt! bạn sẽ thích cái mà tôi giới thiệu với bạn, bởi vì chúng tôi giới thiệu với bạn cơ hội làm một trong hai việc, kinh doanh hay quản lý"

Một số mẫu câu trả lời qua điện thoại sau có thể có ích cho bạn:

"Tôi không thể hứa điều gì với bạn cả, bạn cần phải tự tìm hiểu"

"Bạn không nhất thiết phải chi tiền hay ký kết cái gì cả. Mà chỉ cần xem qua và quyết định thôi"

"Tất nhiên là tôi không thể trả lời tất cả các câu hỏi của bạn qua điện thoại được. Cho phép tôi trao cho bạn tập thông tin bổ sung"

"Một người thông minh, trước khi quyết định bao giờ cũng phải nghiên cứu vấn đề một cách cẩn trọng. Tôi tin chắc rằng, bạn cần nghiên cứu thêm một số thông tin bổ sung, rồi sau đó hãy

quyết định"

"Nếu bạn có ý muốn làm việc cùng chúng tôi, thì tôi sẽ đầu tư vào bạn nhiều tiền và thời gian"

Cũng như trong quá trình tuyển lựa, khi bạn trao tài liệu cho ứng cử viên, bạn cần phải tạo cho anh ta cảm giác là cần phải nhanh chóng hành động

Sau 48 giờ bạn đến lấy lại tài liệu, bạn chỉ cần hỏi một câu: "Anh nghĩ thế nào?"

Có 3 phương án trả lời:

"Có vẻ hay đấy, nhưng tôi nghĩ nó không phải dành cho tôi…"

"Tôi chẳng quan tâm tới cái hình tháp của các anh. Trong gara nhà con rể tôi đang đầy ứ các bình lọc nước lên rồi!"

"Chà chà! Nghe thật hấp dẫn đấy. Thế Công ty đó là Công ty gì vậy? Trong tập tài liệu

không thấy giới thiệu về sản phẩm …”

Ở phương án trả lời thứ nhất người ta không tìm cơ hội. Họ không nhìn thấy toàn bộ tổng thể bức tranh, vì thế tốt hơn hết là cung cấp cho họ những thông tin về sản phẩm. Nhưng nếu bạn vẫn muốn làm việc với họ và cho rằng, họ xem các tài liệu sơ bộ chưa đù kỹ, bạn có thể nói với họ như sau:

“Này, cậu làm tớ giận vì không muốn nghe tớ nói hết đấy. Không những thế, chúng ta còn là bạn bè, mà tớ đã hy vọng là chúng ta sẽ cùng làm việc với nhau “.

Trong trường hợp thứ hai – đó là những người bị hạn chế, họ không muốn va chạm với thực tế. Nếu bạn đưa cho họ tập thông tin sơ bộ, bạn có thể biết chắc rằng, họ chẳng đọc nó làm gì. Tất nhiên là bạn cũng có thể tranh luận với những người như vậy, nhưng tôi không khuyên bạn làm điều đó. Bạn hãy lấy tài liệu ở chỗ anh ta càng nhanh càng tốt. Nếu bạn muốn cộng tác với anh ta và cho rằng, anh ta từ chối lời đề nghị của

bạn mà chưa tìm hiểu kỹ các thông tin mà bạn cung cấp, thì bạn có thể trả lời như thế này:

"Này, cậu sẽ làm tớ giận nếu nghĩ rằng, tớ đang làm những việc nhảm nhí như vậy. Kinh doanh không thể hấp dẫn tớ nếu không có cơ sở thực hiện. Hơn nữa cậu là bạn tớ. Tớ không muốn xúc phạm cậu – chỉ là tớ đã có một hy vọng rằng, chúng ta sẽ có cơ hội hợp tác với nhau"

Câu trả lời thứ 3 chính là câu trả lời mà bạn cần "những người này chuyển sang bước thứ hai, tức là họ sẽ tham dự buổi giới thiệu. Nếu có thể bạn hãy tổ chức nó ngay lập tức. Còn nếu không thì hãy xác định thời gian và địa điểm khi có thể làm được điều đó. Bạn hãy nói đại loại như: "Chúng tớ?" sau khi ấn định cuộc gặp bạn hãy chắc chắn lại. Đừng sợ nói rằng:

"Hãy thông báo cho tôi sớm, nếu bạn không đến. Tôi sẽ mời người khác"

Tôi muốn một lần nữa nhấn mạnh vai trò rất quan trọng của việc cả hai vợ chồng cùng

tham dự buổi giới thiệu.

Nếu nói chuyện với người chồng, tôi thường nói: “Như ở nhiều Công ty khác, khi chúng ta ngồi thảo luận về kinh doanh, chúng ta rất cần các bà vợ khẳng định rằng, đó là một công việc kinh doanh đáng làm”

Nếu người chồng chậm chạp và nói rằng, anh ta sẽ truyền đạt lại toàn bộ vấn đề cho vợ mình, thì tôi giải thích cho anh ta nguyên nhân tại sao anh ta sẽ không làm được điều đó: “Jimmy, anh sẽ không thể giải thích tất cả cho cô ấy được đâu. Tôi vẫn chưa chắc rằng, bạn đã đủ trình độ trong lĩnh vực này. Tôi muốn brenda cũng đến và các bạn sẽ cùng tham dự buổi giới thiệu đó”

Nếu bạn đã có vợ, bạn có thể lưu ý rằng, vợ bạn cũng sẽ có mặt trong buổi giới thiệu. Sự có mặt của cả hai vợ chồng làm tăng khả năng thành công lên nhiều lần. Nếu bạn sống cách xa nhau, thì bạn hãy tiến hành buổi giới thiệu qua điện thoại, còn tập thông tin sơ bộ thì gửi qua đường bưu điện.

Sử dụng tập thông tin như vậy, bạn sẽ thu được kết quả khả quan hơn nhiều lần trong khoảng thời gian ngắn. Bạn sẽ tổ chức buổi giới thiệu dành riêng cho các ý đã được lựa chọn, vì thế bạn sẽ giảm được tối đa những lời từ chối mà bạn và cộng sự của bạn phải đối đầu

Chú ý! như tôi đã nói trước, không phải tất cả các Công ty đều có tập thông tin sơ bộ. Những người đỡ đầu đặt ra các câu hòi phân loại, và sau đó họ chuyển luôn sang giới thiệu. Bạn hãy hỏi lại người đỡ đầu của bạn cho cụ thể

Còn bây giờ chúng ta cần nói về khoảng thời gian mà bạn phải đầu tư vào nó. Tôi mong bạn hiểu rắng, nếu không đặt ra các câu hỏi phân loại, không đưa ra các tập thông tin sơ bộ, và không ấn định các cuộc gặp thì bạn sẽ không tạo lập được sự nghiệp kinh doanh.

Mọi người phải luôn luôn có thể liên lạc với bạn, bạn cần nhận các thông tin mà họ gửi cho bạn, 24/24 – chứ không chỉ đơn giản là làm công việc của mình 7-10 giờ trong tuần. Có nghĩa

là …

Người đồng nghiệp của bạn phàn nàn với bạn rằng anh ta không thể cho phép mình mua một chiếc xe hơi mới, mà cái xe cà tàng thì đã đến lúc phải thay rồi. Trong nhà thờ bạn vô tình nghe thấy ai đó bày tỏ ý không hài lòng với cuộc sống của mình vì ông thủ trưởng "hắc xì dầu" của người đó. Khi làm công việc trong ngày bạn hãy lắng nghe xem mọi người nói gì. Những người này là các ứng cử viên có tiềm năng của bạn. Hãy ghi nhớ trong đầu và ghi tên những người này vào danh sách của bạn. Và cuối cùng bạn hãy nhớ một điều **đây là kinh doanh các cuộc gặp gỡ. Nếu bạn không ấn định các cuộc gặp – bạn sẽ không làm được kinh doanh.**

Bạn hãy hình dung một nha sĩ, một luật sư, một người thợ cắt tóc hay một ông bác sĩ không ấn định các cuộc gặp gỡ. Họ sẽ nhanh chóng thất nghiệp. Và bạn cũng không phải là ngoại lệ. Nếu bạn không tổ chức được 3-5 buổi gặp mặt trong một tuần …, có nghĩa là bạn không làm việc. **Kinh doanh theo mạng có thể làm việc cho**

bạn, nhưng trước tiên bạn phải làm việc cho nó. Mà làm việc – có nghĩa là tổ chức các buổi gặp mặt!

Vì chúng ta đang thảo luận vấn đề, làm thế nào để tạo dựng các mối quan hệ qua lại với mọi người cho tốt hơn, nên chúng ta phải nói đến thời điểm bắt đầu tiếp cận với mọi người

Tôi không tán thành việc nói chuyện về kinh doanh với cô phục vụ nhà hàng mà bạn vừa mới quen, hay với người lái xe tắc- xi mà bạn vừa đi. Tốt hơn là bạn hãy ghi tên họ vào danh sách những người đó thể trở thành ứng cử viên và đợi xem mối quan hệ này phát triển đến đâu. Khi nào bạn hiểu họ rõ hơn, cuộc nói chuyện giữa bạn với họ sẽ được tựn hiên hơn, và bạn sẽ có nhiều cơ hội thành công hơn

Bạn hãy hiểu đúng ý tôi nói. Nếu bạn làm quen với một nữ tiếp viên hàng không hay một kế toán hành chính của khách sạn, những người đã để lại trong bạn ấn tượng mạnh mẽ và bạn biết rằng, họ thích hợp với kinh doanh, nhưng bạn có

thể không bao giờ gặp lại họ nữa, thì hãy gạy bỏ mọi nghi ngờ và bắt đầu nói chuyện, nhưng xác suất thành công sẽ cao hơn trong trường hợp, nếu bạn nói chuyện với những người mà bạn đã quen biết trước đây.

Bây giờ bạn gần như đã sẵn sàng cho bước tiếp theo; bước tổ chức giới thiệu. Nhưng để bắt đầu, chúng ta tạm chưa nói đến đề tài này mà sẽ nói về bán lẻ…

CHƯƠNG VIII

THÀNH LẬP NHÓM NGƯỜI TIÊU DÙNG

Trong tất cả các chiến lược kinh doanh tôi giảng dạy, việc thành lập nhóm người tiêu dùng lại là quá trình phức tạp, khó hiểu hơn cả. Có thể, điều tôi nói sau đây có vẻ mỉa mai nhưng tôi muốn, những người tiêu dùng mua lẻ của bạn phải là những người không thích kinh doanh. Nói cách khác tôi không muốn bạn xây dựng cho mình sự nghiệp kinh doanh, giống như nhiều người đang làm bây giờ, tức là ban đầu họ cố bán sản phẩm cho người ta, còn sau đó cuốn hút những người này vào kinh doanh. Thay vào đó tôi muốn bạn giới thiệu cho mọi người các cơ hội kinh doanh, phong cách sống và sản phẩm của Công ty, để ứng cử viên có thể tự quyết định xem, anh ta có muốn trở thành người tiêu dùng hay không

Phương pháp tiếp cận này về cơ bản là khác với những phương pháp mà bạn đã quen thuộc, nhưng nó dẫn đến khả năng làm tăng nhanh

tốc độ phát triển kinh doanh. Vì nguyên nhân sau đây:

Nếu lúc đầu bạn bán sản phẩm, còn sau đó, bạn giới thiệu kinh doanh cho chính những người này, thì 90% những người không chuyên bán hàng, sẽ từ chối bạn. Vì bạn giới thiệu với họ mô hình kinh doanh ở dạng bán hàng, nhiều người sẽ nghĩ rằng họ phải đi từng nhà để giới thiệu sản phẩm, công việc mà họ không hề muốn làm. Điều trớ trêu ở chỗ là, nhiều người trong số những người này lại rất có ích cho công việc kinh doanh của bạn. Nhưng vì họ hình dung một cách sai lệch về kinh doanh, nên họ sẽ không ý thức được điều đó,

Nhưng cũng không nên nói rằng, việc này – đầu tiên là bán sản phẩm, sau đó là giới thiệu kinh doanh với người mua – không hề có hiệu quả. Có đấy, nhưng ở một chừng mực nào đó. Thứ nhất, 10% là những người thích bán hàng, trong trường hợp họ thích các sản phẩm, họ sẽ bán hàng rất nhiệt tình. Còn trong số 90% còn lại, nhiều người sẽ bị “sốc” bởi chất lượng sản phẩm đến nỗi họ sẽ chiến thắng được nỗi sợ hãi ban đầu của mình

và những e ngại, rồi họ cũng sẽ tham gia bán sản phẩm. Nhưng đa số họ sẽ không quan tâm. Còn các phân phối viên mới "rà lò" sẽ dành rất nhiều thời gian cho quá trình lâu dài này. Trước tiên họ cần phải thử sản phẩm, phải hài lòng với kết quả thu được, sau đó dần dần học cách bán sản phẩm này cho người khác. Quá trình này có thể được kéo dài trong nhiều tháng, thậm chí nhiều năm. Kinh nghiệm cá nhân của tôi cho thấy rằng, những người bắt đầu tạo dựng doanh nghiệp bằng việc bán lẻ sản phẩm thì phải bỏ ra 5-8 năm để tạo lập được sự nghiệp kinh doanh của mình với mức thu nhập có thể tạm chấp nhận. Mặt khác, những phân phối viên giới thiệu cơ hội kinh doanh trước tiên mà làm theo hệ thống được mô tả trong cuốn sách này, lại có thể là mình điều đó chỉ trong vòng hai năm mà thôi

Ghi chú: Tôi mong bạn hiểu đúng ý tôi muốn. Tôi muốn nói đến quá trình mà có thể gọi là "mô hình kinh doanh lớn", là cỗ máy tiền tệ đa cấp. Nhưng sẽ có những người sẽ lựa chọn mô hình "kinh doanh nhỏ" tức là bán lẻ hàng hoá cho

những người quen của mình. Tôi không hề muốn chê bai những người này. Bạn cần phải đánh giá mỗi một nhân viên trong mạng lưới không phụ thuộc vào mô hình kinh doanh mà anh ta chọn cho mình. Vấn đề là ở chỗ việc bán lẻ hàng hoá với doanh thu hàng tháng vào khoảng một vài trăm đô la không phải là mục đích của cuốn sách này. Chính vì lý do này mà tôi mô tả đặc trưng của các chiến lược cần thiết cho việc thiết lập mạng lưới kinh doanh lớn. Bạn đừng nhầm lẫn. Tôi muốn bạn có những người mua lẻ hàng hoá, thậm chí là có rất nhiều. Nhưng những người đó phải là những người không muốn trở thành phân phối viên.

Có một số nguyên nhân để thành lập nhóm người tiêu dùng lớn. Thứ nhất – đó dĩ nhiên là tính hợp pháp. Sự có mặt của những người tiêu dùng biến chương trình thành một hệ thống hợp pháp. Những người tiêu dùng lẻ là sự khác biệt giữa kinh doanh theo mạng hợp pháp và sơ đồ hình tháp.

Thêm một nguyên nhân nữa – đó là tiền

lương phụ cấp. Phần lớn người dân là những ứng cử viên cho kinh doanh. Nhiều người sẽ trở thành ứng cử viên tiêu dùng tùy thuộc vào sản phẩm. Bạn mua sản phẩm dưới hình thức mua buôn và bán lẻ nó cho các bạn hàng. Khoản tiền chênh lệch chính là lợi nhuận của bạn. Khoản tiền này đặc biệt hữu dụng đối với bạn trong những tháng đầu tiên tham gia kinh doanh theo mạng.

Những người mua lẻ hàng hoá còn mó một lợi ích nữa là họ có thể giới thiệu cho bạn những người có khả năng kinh doanh lớn

Bạn càng làm nhiều người tiêu dùng hài lòng bao nhiêu thì khả năng có thêm các cộng tác viên mới trong kinh doanh của bạn càng tăng bấy nhiêu

Và cuối cùng, những người mua hàng lẻ của bạn là sự bảo đảm cho khối lượng sản phẩm của cá nhân bạn và của mạng lưới được mua đủ, và bạn có thể nhận được hoa hồng tùy theo sơ đồ trả thưởng của Công ty bạn

Như vậy là chúng ta đã xác định được các nguyên nhân cơ bản tại sao nhóm người tiêu dùng lại quan trọng với chúng ta như thế. Còn bây giờ chúng ta cùng nói về cách lập ra nhóm người đó như thế nào và cách điều hành đó.

Chúng ta hãy cùng quay trở lại bước đầu tiên (phương pháp tiếp cận ban đầu) và cùng xem xét, bước đó được tiến hành như thế nào. Giả sử bạn đặt ra cho ai đó một câu hỏi phân loại: "Bạn đã khi nào mơ ước tạo dựng cho mình sự nghiệp kinh doanh chưa? V. v… nhưng ứng cử viên của bạn lại trả lời "không". Anh ta khẳng định rằng anh ta hài lòng với công việc của mình và anh ta kiếm đủ số tiền mà anh ta đáng được hưởng rồi có những người hạnh phúc như vậy, phải không?)

Trong trường hợp này, bạn sẽ phải đặt ra câu hỏi mà tôi gọi là có tính "xoay chuyển tình thế" vì nó chuyển hướng của câu chuyện từ kinh doanh sang sản phẩm. Ví dụ, nếu như bạn làm việc trong chương trình chuyên về sản phẩm dinh dưỡng, bạn có thể nói như sau; "công việc kinh doanh của tôi là các mặt hàng bảo vệ sức khỏe

mạnh (hoặc làm giảm trọng lượng). Bạn có muốn khỏe mạnh (hoặc giảm trọng lượng) không? " Hoặc giả sử, chương trình của bạn là giảm giá cho tình thế" của bạn có thể là; "Công ty của tôi mời dịch vụ giảm giá 40% không? "

Nếu ứng cử viên trả lời tất cả các câu hỏi phân loại cũng như các câu hỏi "xoay chuyển tình thế" của bạn là "không" thì có nghĩa là anh ta (cô ta) riêng không thể là ứng cử viên được. Còn nếu anh ta trả lời là "có", thì bạn hãy cung cấp các thông tin về sản phẩm(ấn định cuộc gặp đầu tiên trong thời gian gần nhất). Tất nhiên, ở giai đoạn này bạn cung cấp các ứng cử viên các catolog sản phẩm cần thiết, các băng video và casette. Như vậy bạn có thể lựa ra một khối lượng khá lớn những người tiêu dùng lẻ trong số các ứng cử viên không muốn xây dựng kinh doanh lớn

Những ứng cử viên từ chối cơ hội kinh doanh ở bước thứ hai và bước thứ ba (giới thiệu và quá trình tiếp theo) cũng có thể trở thành người tiêu dùng. Trong buổi giới thiệu đầu tiên ở thời điểm nhất định nào đó bạn hãy tuyên bố như sau:

"nếu bạn cho rằng kinh doanh là công việc không phù hợp với bạn thì chúng tôi sẽ rất vui nếu bạn thích chất lượng sản phẩm và trở thành người tiêu dùng của chúng tôi". Nếu bạn nhắc đến khả năng này trước, thì nhiều ứng cử viên không quan tâm đến kinh doanh có thể lựa chọn cho mình phương án này. Chúng ta sẽ xem xét quá trình này cụ thể hơn khi chuyển sang phần nói về các buổi giới thiệu

Còn bây giờ chúng ta hãy dừng lại ở một số nguyên tắc điều hành nhóm người tiêu dùng của bạn. Mục đích của bạn là làm vừa lòng người mua hàng của bạn bằng cách phục vụ tốt nhất, hướng dẫn họ sử dụng đúng các sản phẩm, mà phải làm các công việc này nhanh chóng, không phải bỏ ra những thời gian như là để làm công việc kinh doanh. Phương án lý tưởng là dành 95% nỗ lực của bạn cho việc tạo dựng sự nghiệp kinh doanh, còn lại 5% là cho tổ chức nhóm người tiêu dùng. Chúng ta cùng xem xét đặc trưng của nó

Một trong những cái vô giá mà bạn có thể giới thiệu cho người tiêu dùng đó là phong cách

phục vụ mẫu mực. Hầu như ở khắp mọi nơi họ tiêu tiền, họ phải đụng chạm với những người làm việc buồn tẻ, với những nhân viên bán hàng bất cần và luôn bận bịu, phải gặp những viên chức vô học, với những cộng sự thô lỗ cục cằn. Bạn hãy làm cho những người tiêu dùng của bạn hiểu, họ cần thiết đối với bạn như thế nào. Hãy làm cho họ một điều gì đó tốt đẹp và họ họ sẽ trở thhành bạn hàng của bạn suốt đời

Bạn hãy gửi cho họ những tấm bưu thiếp với lời cảm ơn chân thành vì đơn đặt hàng đầu tiên – và đó sẽ là một sự khởi đầu tốt đẹp. Nếu chính bạn làm công việc vận chuyển sản phẩm, bạn hãy mở một hộp hoặc một lọ sản phẩm nào đó ra và mời bạn hàng của bạn thử sản phẩm luôn. Bạn hãy giải thích nguyên tắc sử dụng sản phẩm và kiểm tra lại xem người tiêu dùng để hiểu đúng cách sử dụng hay chưa. Bạn đừng bỏ sót bất kỳ một câu hỏi nào của họ mà không trả lời. Nếu Công ty của bạn phụ trách việc vận chuyển thì bạn hãy liên hệ với họ ngay lập tức sau khi hàng đã được vận chuyển tới nơi. Nếu

như bạn không thể đến tận nơi, thì ít nhất cũng nên điện thoại cho họ.

Không cần phải bàn cãi lâu về việc cần thiết phải ghé qua nhà thăm bạn hàng, giới thiệu cho họ các sản phẩm và hướng dẫn sử dụng chúng. Nếu bạn không làm điều đó thì xác suất phần trăm sản phẩm của bạn bị trả lại sẽ tăng lên trông thấy. Còn khi bạn đến nhận lại sản phẩm bị trả về, bạn sẽ thấy phần lớn mọi người thậm chí là không cả mở hộp ra nữa!

Sự hưng phấn, sự mong muốn thường sẽ bị giảm xuống và thậm chí còn nảy sinh những mối nghi ngờ, lo ngại khi bạn hàng không nhận được hàng của mình trong một thời gian dài. Khi đến thăm khách hàng, nếu như bạn làm mình cho anh ta tin tưởng và tính ưu việt của sản phẩm, thể hiện sự quan tâm chú ý đến anh ta và giải thích làm thế nào để đạt được những những kết quả tốt nhất, bạn cần phải rút ngắn thời gian chuyển hàng đến cho anh ta đến mức thối thiểu

Sau khi khách hàng mua sản phẩm lần đầu

tiên, bạn hãy thường xuyên giữ liên lạc với họ. Hãy ghi chép thật chính xác. **Nếu Công ty của bạn cho phép đặt hàng tự động, bạn hãy giới thiệu cách sử dụng ưu thế này cho càng nhiều người tiêu dùng càng tốt.** Điều đó bảo đảm cho họ thường xuyên có được các sản phẩm họ cần, sự phục vụ nhanh chóng, và giữ họ luôn là những người tiêu dùng.

Nếu Công ty của bạn không có hệ thống đặt hàng tự động, **thì nhiệm vụ của bạn là phải liên lạc với kách hàng và trực tiếp nhận các đơn đặt hàng.** Bạn đừng hy vọng là các khách hàng sẽ tự gọi điện thoại cho bạn khi họ dùng hết sản phẩm. Phần lớn trong số họ sẽ không làm như thế. Và ngay sau khi điều đó xảy ra, họ có thể "nguội" đối với chương trình của bạn và bạn có thể mất những khách hàng này. Nếu bạn ghi chép chính xác cẩn thận, bạn sẽ luôn luôn biết khi nào cần gọi điện để nhận đơn đặt hàng và vận chuyển sản phẩm đến cho người tiêu dùng. Bạn hãy luôn luôn cung cấp cho những người tiêu dùng thông tin về các dịch vụ sản phẩm mới mà Công

ty bạn cho ra đời.

Trong trường hợp cần thiết bạn hãy giới thiệu các loại sản phẩm bổ sung hoặc các loại có thể lựa chọn. Nếu có ai phàn nàn về sản phẩm, bạn hãy cố gắng đáp ứng nhu cầu của họ một cách nhanh chóng và lịch sự. Nếu cần thiết phải bồi thường các phí tổn thay đổi lại sản phẩm thì bạn hãy làm ngay lập tức. Ngay cả những người tiêu dùng đã đăng ký dịch vụ đặt hàng tự động, bạn cũng phải gọi điện hàng tháng để kiểm tra xem mọi chuyện vẫn diễn ra tốt đẹp không. Khi bạn thấy một bài báo mà có thể người tiêu dùng của bạn đang quan tâm, thì hãy gửi bản copy đến cho họ. Nếu Công ty của bạn hoặc mạng lưới những người đỡ đầu của bạn xuất bản các cuốn cẩm nang cho người tiêu dùng, thì bạn cũng hảy gửi những cuốn sách này cho họ và nếu có thể hãy gửi cả mẩu sản phẩm mới nữa.

Bạn hãy hỏi lại người đỡ đầu của bạn về đặc điểm của việc làm đó

Bây giờ, chúng ta nói về trữ lượng sản

phẩm, cần thiết. Phần lớn các Công ty kinh doanh theo mạng hiện nay đều lập ra các chương trình hướng vào người tiêu dùng và vận chuyển hàng hoá tới tận nhà cho họ. Cho nên bạn không cần dự trữ nhiều hàng hoá. Tuy vậy bạn cũng nên có một trữ lượng nhỏ sản phẩm. Điều đó bảo đảm cho việc hoàn tất các đơn đặt hàng khi trong Công ty của bạn tạm thời hết một loại sản phẩm nào đó, điều đó cho phép những người tiêu dùng mới được đáp ứng nhu cầu và cho phép các phân phối viên của bạn khởi sự.

Việc phục vụ xuất sắc người tiêu dùng sẽ dẫn bạn đến mục đích tiếp theo; tăng khối lượng sản phẩm qua tuyên truyền tới người tiêu dùng. Bạn sẽ thấy rằng khách hàng càng biết nhiều đến sản phẩm của bạn bao nhiêu thì anh ta càng đặt hàng hoặc đăng ký dịch vụ bấy nhiêu. Trong quá trình này các mẫu sản phẩm mới, catalog và các tài liệu kinh doanh mới mà Công ty bạn phát hành đóng vai trò rất lớn.

Nếu mỗi tháng bạn tổ chức các buổi hội thảo mở rộng giới thiệu sản phẩm của Công ty

một lần ở khu vực của bạn thì sẽ rất có ích. Thường thì người đỡ đầu cao cấp phải bảo đảm nhận vai trò tổ chức các sự kiện như vậy. Bạn hãy hỏi lại người đỡ đầu của bạn về đặc điểm của những sự kiện này.

Ghi chú: Những buổi hội thảo về sản phẩm này chỉ dành cho những người tiêu dùng và các phân phối viên. Bạn không nên dẫn những người mới chưa bao giờ dự buổi giới thiệu cơ hội nào cả. Anh ta sẽ đánh giá qúa cao tầm quan trọng của sản phẩm, và điều đó sẽ dẫn đến các vấn đề mà chúng ta đã thảo luận trước đây,

Thỉnh thoảng những người mua hàng lẻ của bạn sẽ giới thiệu bạn cho những người quan tâm đến sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Đầu tiên bạn nên đặt ra cho họ một vài câu hỏi phân loại để biết chắc rằng họ không muốn làm kinh doanh lớn. Điều đó là rất cần thiết vì chắc chắn là bạn hàng của bạn chưa kể cho những người mới kia nghe về các khả năng của loại hình kinh doanh này. Bạn đừng quên làm điều sau đây đối với người tiêu dùng mà đã mời những khách hàng mới

đến cho bạn: đó là cám ơn anh ta vì sự quan tâm, và thêm một lần nữa mời anh ta trở thành phân phối viên của bạn. Bạn hãy giải thích cho anh ấy (hoặc cô ấy) rằng những khách háng mới của họ có thể mang lại cho họ lợi nhuận, nhưng nếu không phải là phân phối viên thì họ không thể có lợi nhuận, nhưng nếu không phải là phân phối viên thì họ không thể có lợi nhuận này được. **Bạn đừng ép buộc họ.** Có thể, chỉ là kinh doanh không hấp dẫn họ. Bạn chỉ cần giải thích cho họ cơ hội và triển vọng của kinh doanh.

Nếu tuân theo các thủ tục đã được mô tả trong chương này, bạn sẽ luôn luôn có những người tiêu dùng mới và có một cơ sở những người tiêu dùng vững chắc. Bạn hãy đặt ra cho mình mục đích làm sao để có thể tìm được 10 người mua lẻ hàng hoá càng nhanh càng tốt. Bạn đừng nhầm lẫn người tiêu dùng với phân phối viên. **Nếu bạn đỡ đầu cho 5 người chỉ muốn trở thành người tiêu dùng, bạn sẽ không tạo dựng được một sự nghiệp kinh doanh lớn. Muốn tạo dựng được sự nghiệp kinh doanh lớn, bạn**

phải đỡ đầu cho những người quan tâm đến kinh doanh. Bạn cần cả những phân phối viên lẫn những người tiêu dùng. Bạn cần phải biết ơn cả hai loại người này.

CHƯƠNG IX

TỔ CHỨC BUỔI GIỚI THIỆU GÂY ẤN TƯỢNG MẠNH MẼ NHƯ THẾ NÀO

Bạn biết rằng, kinh doanh theo mạng - đó là phương thức kỳ diệu giúp ta có được nguồn thu thập lớn, giúp cho những người mà chúng ta yêu quý, cũng như đáp ứng cho bản thân về thời gian và vật chất cần thiết cho một cuộc sống sung túc và thỏa mãn. **Bí quyết của việc đỡ đầu thành công và hiệu quả đó là khả năng trình bày được tất cả những ưu việt đó trong buổi giới thiệu.** Bạn hãy chứng minh, rồi những ứng cử viên sẽ trở thành các phân phối viên của bạn. Và không quan trọng là trong bộ tài liệu học tập của phân phối viên viết những gì hay trong các băng video của Công ty bạn quay những gì, ứng cử viên của bạn chỉ quan tâm đến một điều anh ta sẽ được gì trong việc này? Bạn có thể diễn thuyết cả ngày về các công trình nghiên cứu khoa học làm cơ sở sản xuất cho sản phẩm, về sự ổn định của Công ty bạn hay doanh thu với con số hàng

triệu đô la. Nếu bạn không nói về những điều đó từ khía cạnh có lợi cho các ứng cử viên của bạn thì họ sẽ không quan tâm đến kinh doanh.

Bạn bắt đầu buổi giới thiệu từ việc mô tả lợi ích, rồi sau đó mới khẳng định lại lời nói của mình bằng các ví dụ.

Nghe đơn giản đến mức bạn nghĩ rằng bạn thường xuyên làm điều đó, nhưng trên thực tế thì không phải như thế. Cũng như phần lớn các phân phối viên, bạn chỉ miêu tả tính chất của kinh doanh.

Ý tôi muốn nói là gì? Ý tôi muốn nói là bạn thường nói với mọi người như sau: "Chúng tôi là Công ty đang làm ăn phát đạt với kinh nghiệm làm việc nhiều năm", "sản phẩm của chúng tôi là sản phẩm tốt nhất", "trong tháng làm việc đầu tiên tôi đã kiếm được 500USD", "Chúng tôi quản lý chặt chẽ chất lượng sản phẩm", "người đỡ đầu của tôi là một nhà chuyên nghiệp thực thu trong nghề này", v. v... Nếu bạn suy nghĩ về những lời bạn vừa nói thì bạn sẽ thấy rằng bạn đang nói **về**

mình,về sản phẩm hoặc Công ty của mình. Tất cả những cái đó là đặc tính của kinh doanh. Bạn hãy nhớ rằng **bạn cần phải nói về lợi ích, có nghĩa là lợi ích của ứng cử viên.**

Để giới thiệu về lợi ích một cách hiệu quả hơn, bạn cần xem xét lại cách nghĩ của mình về công việc đỡ đầu. Thay vào việc nêu ra nguyên nhân, tại sao theo bạn ứng cử viên lại cần phải tham gia vào chương trình, bạn hãy đặt ra một vài câu hỏi phân loại trong quá trình tiếp cận ban đầu. Hãy xác định xem ứng cử viên của bạn định dành bao nhiêu thời gian cho kinh doanh, anh ta có thể làm việc vào lúc nào trong ngàu, anh ta có gia đình hay chưa, anh thường chuẩn bị đầu tư vào kinh doanh bao nhiêu tiền và anh ta muốn kiếm được bao nhiêu. Và bạn hãy chú ý lắng nghe! Bạn chỉ cần lắng nghe các câu trả lời của anh ta và bạn sẽ hiểu rằng anh ta cần những gì trong tất cả những thứ mà chương trình của bạn giới thiệu. Sau khi đã tìm hiểu được điều đó ở giai đoạn ban đầu thì bạn có thể xác định được những vấn đề nhấn mạnh trong buổi giới thiệu.

NĂM THÀNH PHẦN CỦA BUỔI GIỚI THIỆU THÀNH CÔNG VÀ HIỆU QỦA

Có năm yếu tố quan trọng cần chú ý tiến hành mỗi buổi giới thiệu.

1. Lợi ích của các ứng cử viên (xác định ước mơ)

2. Kinh doanh theo mạng

3. Tại sao Công ty của bạn ….

4. Sản phẩm của bạn

5. Cấu trúc hỗ trợ

Còn bây giờ chúng ta hãy cùng xem xét 5 tiêu điểm này lần lượt theo thứ tự. Những hãy bắt buổi giới thiệu từ việc mô tả **lợi ích.** Nếu bạn chú ý lắng nghe ứng cử viên của bạn lúc đầu, bạn sẽ biết mục tiêu vươn tới của anh ta là gì. Ví dụ, nếu ứng cử viên của bạn là một bà mẹ ở nhà nuôi con nhỏ thì bạn hãy lưu ý tới khả năng cô ấy có thể kiếm được những đồng tiền thực chất tại nhà

và làm việc không theo thời gian biểu bắt buộc. Nếu ứng cử viên của bạn là một thương nhân thành đạt, kiếm được rất nhiều tiền và vất vả đi sớm về khuya, làm việc 90h trong 1 tuần, thì bạn hãy cho anh ta xem, hưởng hoa hồng là yên ổn và có lợi ích hơn biết bao nhiêu. Bạn hãy nêu ra tất cả các ưu điểm, những lợi thế mà anh ta sẽ có được khi làm việc trong hệ thống, nhưng bạn hãy đặc biệt chú ý đến những mong muốn, nguyên vọng có ý nghĩa đối với anh ta. Điều đó rất cần thiết để hoàn toàn "chiếm lĩnh" sự chú ý của anh ta.

Sau đây là một số ưu điểm có thể hấp dẫn các ứng cử viên

1. Khả năng thu lợi nhuận không giới hạn
2. Ưu thế trong việc nộp thuế
3. Cơ hội đi du ngoạn
4. Khả năng lựa chọn đồng nghiệp
5. Chi phí ban đầu ở mức tối thiểu

6. Khả năng giúp đỡ mọi người

Bạn hãy bắt đầu xác định mong ước của ứng cử viên từ đây. Phần lớn các ứng cử viên của bạn đã quên đi những ước mơ và mong muốn. Để lôi cuốn họ vào kinh doanh, bạn hãy khơi dậy trong họ những mơ ước đã bị lãng quên.

Việc xác định mơ ước là nguyên tố quan trọng nhất trong buổi giới thiệu. Có khi trong buổi giới thiệu của bạn có nhiều ứng cử viên mới lần đầu tiên suy nghĩ về những mơ ước của mình. Và ngay sau khi bạn thắp lên ngọn lửa đã bị dập tắt, thì ngọn lửa này sẽ bùng lên thành một quầng cháy sáng của những kỳ vọng lý thú. Trong khi nghe bạn nói, các ứng cử viên sẽ nghiêm túc suy nghĩ về việc đánh thức những ước mơ của mình và điều đó sẽ thúc đẩy họ hành động

Có một phương pháp rất hữu hiệu mà nhiều người đỡ đầu sử dụng trong các buổi giới thiệu của mình

Bạn hãy phát cho tất cả các ứng cử viên

của bạn những mẫu giấy trắng và đề nghị họ liệt kê 5 nguyện vọng mà họ muốn thực hiện khi đã có tiền. Hãy đề nghị mọi người viết vào những mẫu giấy này và không cho nhau xem. Sau đó, bạn hãy yêu cầu họ để lá phiếu này sang một bên cho đến cuối buổi giới thiệu. Sau khi bạn vẽ ra những vòng tròn hay thể hiện được cơ chế thu lợi nhuận bằng cách khác, hãy đề nghị họ xem lại mẫu giấy này của mình. Còn bây giờ bạn hãy đặt ra câu hỏi: nguyện vọng nào trong số những nguyện vọng được liệt kê trên tờ giấy có thể thực hiện được nhờ có khoản lợi nhuận mà bạn vừa vẽ ra cho họ. Nhất định sẽ có một nguyện vọng nào đó. Điều đó giúp cho các ứng cử viên tạo ra mốt quan hệ xúc cảm giữa các mong muốn của mình với cơ hội thực hiện chúng nhờ công việc kinh doanh của bạn, đó là nguyên tố quan trọng trong buổi giới thiệu.

Ở bước đầu tiên bạn cũng phải biết được rằng, ứng cử viên nhận thức rõ sự trì trệ của hệ thống kinh tế hiện thời. Hệ thống này làm việc việc kém hiệu quả và vì thế mỗi ứng cử viên

không công nhận điều đó, sẽ không thể trở nên giàu có và độc lập được.

Sau đây là các yếu tố cơ bản mà tôi thường chú ý nhiều ấn mạnh

1. Hệ thống phân phối của các thương gia bán buôn và bán lẻ không có lợi nhuận và không đáp ứng yêu cầu của người tiêu dùng

2. Các tập đoàn lớn sa thải hàng chục nghìn công nhân

3. Bí quyết của sự độc lập thực sự về tài chính là làm việc cho chính mình.

4. Hàng năm nửa triệu công nhân lao động chân tay được thay thế bằng máy móc và các thiết bị hiện đại.

Bạn cần phải nêu rõ cho mọi người biết sự tương phản giữa công việc không hiệu quả trong hệ thống kinh tế trì trệ với lợi nhuận của hình thức kinh doanh mà bạn giới thiệu

Còn bây giờ là yếu tố quan trọng nhất

Bạn đừng bao giờ phê phán cuộc sống của ứng cử viên của bạn. Điều đỏ sự tự động “đóng” anh ta lại đối với bạn và đặt anh ta vào thế phòng thủ.

Giả sử rằng, bạn gặp Jimmy trong một bữa tiệc và hỏi anh ta về cuộc sống hàng ngày. Anh ta trả lời rằng, anh ta làm việc ở Công ty ABC. Bạn nói: “Ôi, chắc là khủng khiếp lắm. Tôi nghe nói, Công ty này sa thải rất nhiều người và hạ thấp doanh số bán hàng…”

Anh ta sẽ đứng ra bảo vệ Công ty mình, ngay cả khi anh ta rất căm ghét công việc của mình. Đó là bản tính tự nhiên của con người. Anh ta trả lời: “Không, người ta sẽ không bao giờ sa thải tôi, thủ trưởng của tôi rất yêu quý tôi. Tôi là một công nhân ưu tú, tôi được đánh giá rất cao…”

Còn bây giờ hãy giả sử rằng,bạn nói câu này. “Ồ, Công ty ABC! Nơi làm việc tuyệt vời đấy!”

Có lẽ là anh ta sẽ trả lời: “Một chỗ làm tuyệt vời ư, ai bảo anh thế? Vừa mới cách đây không lâu, họ sa thải 500 công nhân đấy…”

Ứng cử viên của bạn phải tự kết luận rằng, công việc hiện tại của anh ta không phải thỏa mãn nhu cầu của anh ta và rằng không được theo mạng sẽ là biện pháp lựa chọn tối ưu nhất. Có thể, những suy nghĩ này vẫn chưa nảy sinh trong thời gian diễn ra buổi giới thiệu đầu tiên. Thực tế là sẽ tốt hơn nếu như anh ta dần dần đi tới kết luận này, sau một vài lần tham dự buổi giới thiệu. Còn tôi thì trong buổi giới thiệu “một chọi một” đầu tiên của mình đã không đả động gì đến hệ thống kế toán thiếu hiệu quả hiện thời, xuất phát từ hai nguyên nhân sau:

- Để ứng cử viên không nghĩ rằng, tôi phê phán cuộc sống của anh ta

- Để buổi giới thiệu tiếp theo trở thành sự kiện có ý nghĩa hơn buổi giới thiệu trước

Chúng ta sẽ nói cụ thể hơn về vấn đề này ở chương sau, chương nói về quá trình đỡ đầu trong các cuộc họp. Còn bây giờ bạn chỉ cần thiết là không nên phê phán ứng cử viên của mình. Chúng ta chỉ muốn cho anh ta thấy rằng có một cơ hội tốt hơn để anh ta có thể tự quyết định về cuộc đời đầy phiền muộn của mình. Nếu bạn muốn báo một thông tin không mấy tốt đẹp, thì hãy lấy mình là nhân vật chính trong ví dụ: "Làm việc 15 năm ở Công ty XUZ, tôi đã bị hạ chức". Nếu bạn muốn thông báo một tin tức tốt lành, thì hãy lấy ứng cử viên của bạn làm ví dụ: "Khi bạn đạt được cấp bậc cao trong kinh doanh, bạn sẽ được nhận một chiếc xe hơi miễn phí"

Ở đây bạn hãy kể câu chuyện riêng của mình – tại sao bạn lại đến với kinh doanh, hãy nói lý do vì sao bạn lại quyết định tham gia vào kinh doanh theo mạng

Tôi luôn kể chuyện tôi đã làm trong nhà hàng 12-14 tiếng mỗi ngày, 6-7 ngày trong tuần như thế nào. Không phụ thuộc vào công việc bạn đã làm trong cuộc sống, bạn có thể có kể rằng

bạn đã từng lệ thuộc vào đồng tiền như thế nào, còn thu nhập của bạn phụ thuộc vào thời gian bạn làm việc

Phần lớn mọi người đều bắt đầu sự nghiệp công danh của mình từ công việc có thu nhập thấp, lao động nặng nhọc rồi sau đó được thăng chức ở tuổi 35-40. Vào thời điểm này họ đạt tới đỉnh cao của sự nghiệp công danh của mình, đối với một số người đây có khi còn là thiên đỉnh Họ cũng vẫn không thanh toán được hết nợ nần, trong khi đó vợ họ cũng phải làm việc. Họ trả tiền cho những người khác dạy dỗ con cái họ và họ căm ghét công việc của mình. Nếu họ nắm trong tay ngành kinh doanh truyền thống của mình, thì có thể nói một cách tin chắc rằng, thật ra kinh doanh đang nắm họ trong tay

Bạn hãy chứng minh lời kể của bạn bằng các ví dụ từ đời sống cá nhân. Qua câu chuyện về cuộc đời bạn nhiều ứng cử viên sẽ đối chiếu với cuộc đời mình. Điều đó giúp họ thấy được nhờ kinh doanh theo mạng các nguyện vọng của họ sẽ có khã năng trở thành hiện thực.

Sau đó bạn hãy giải thích cho họ bản chất của kinh doanh theo mạng.

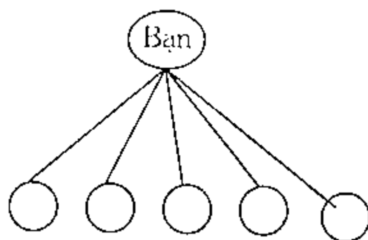
Bạn hãy vẽ ra các vòng tròn hay đưa ra một phương án khác về sơ đồ trả thưởng đã được đơn giản hóa. Bạn hãy chú ý, tôi nói là "được đơn giản hóa" có nghĩa là một phương án thực sự đơn giản, chứ không phải là liệt kê các lãi suất, các tên gọi và các cấp độ chuyển tiếp trong suốt một tiếng rưỡi đồng hồ. Ở giai đoạn này bạn hãy đặt cho mình 2 mục đích. Thứ nhất, bạn cần phải cho mọi người thấy sự tăng trưởng của tổ chức diễn ra như thế nào. Quan trọng là làm sao để cho ứng cử viên hiểu được khái niệm cơ bản về kinh doanh, chứ không phải là đặc điểm của sơ đồ trả thưởng của Công ty bạn. Thứ hai, bạn cần phải chứng minh rằng kinh doanh theo mạng đáp ứng được phong cách sống mà bạn đã nói đến trước đây. Hãy thảo luận thêm một lần nữa về lợi ích của phong cách sống này và kiểm lại xem các ứng cử viên của bạn đã hiểu rằng, họ chỉ có thể đạt được điều đó trong kinh doanh theo mạng chưa.

Nói câu "vẽ các vòng tròn" là tôi ngụ ý nói

rằng, vẽ biểu đồ với một vòng tròn ở bên trên và các vòng tròn khác ở dưới, những vòng tròn đó cho thấy số lượng cấp bậc (trong buổi giới thiệu "một chọi một" tôi thường vẽ sơ đồ này trong cuốn sổ ghi chép, còn trong các cuộc họp tại hội trường lớn tôi thường vẽ phấn lên bảng). Điều đó rất cần thiết để các ứng cử viên có thể hình dung dễ dàng mức tăng trưởng của tổ chức mình.

Để đạt được hiệu quả cao bạn hãy viết từ "Bạn" ở vòng tròn bên trên (để biểu thị ứng cử viên). Còn sau đó phụ thuộc vào số lượng vòng tròn bạn vẽ để biểu thị tầng một (thường là 5 hoặc 6 vòng tròn), bạn hãy hỏi ứng cử viên xem các tền nào cần viết vào những vòng tròn này. Ví dụ, bạn hãy nói như thế này: "Bạn hãy nêu cho tôi tên năm người quen của bạn muốn có thu nhập thêm,muốn có nhiều thời gian rảnh rỗi hơn hoặc cả nợ cả kia" Sau đó bạn hãy viết những tên tuổi này vào các vòng tròn. Và sơ đồ của bạn sẽ được vẽ như sau:

Sơ đồ 6



Sau đó, tất nhiên, bạn sẽ tiếp tục quá trình này bằng cách vẽ thêm một số tầng bên dưới. Bạn hãy xác định khối lượng sản phẩm trung bình (khối lượng dữa trên giả thiết mà phân phối viên có thể làm được) và hãy viết các số liệu vào các vòng tròn để trình này cho các ứng cử viên xem mức độ phát triển của tổ chức. Sau đó, ở mỗi một giai đoạn hãy viết cụ thể số tiền mà anh ta có thể kiếm được sau khi mạng lưới của anh ta mua đủ khối lượng đó.

Cấu trúc của buổi giới thiệu – đó là một môn khoa học có độ chính xác cao. ("Bạn có 6 người, mỗi người trong số họ lại có 6 người, mỗi người trong số 4 người có 2 người"; hoặc "bạn có 6 người, mỗi người trong số này có 5 người, mỗi

người trong số sau lại có 4 người, và mỗi người trong số đó lại có 3 người" bất kỳ tổ hợp nào trong số hàng trăm các tổ hợp có khả năng tồn tại). Phần lớn những người trong số bạn đọc cuốn sách này đã đều biết thông tin này từ Công ty, từ những người đỡ đầu cua bạn. vv…

Đối với những người soạn chương trình cho buổi giới thiệu, tôi khuyên bạn một vài điều như sau:

Bạn phải xem qua rất nhiều phương án trước khi bạn chọn một phương án nào đó, cho nên bạn hãy thật kiên nhẫn. Bạn cần phải cho mọi người xem, vòng tròn biểu thị ứng cử viên có tên "Bạn" tiến lên trên như thế nào mỗi khi bạn bổ sung các tầng lưới, và nó cao hơn một bậc so với các phương pháp tầng một.

Tôi thường tổ chức các buổi giới thiệu làm sao để cho các ứng cử viên thấy là anh ta có thể kiếm được 50-60 nghìn đô la trong 1 năm, và thêm vào đó, nhận thưởng một chiếc xe hơi miễn phí, các chuyến du lịch … như thế nào. Tôi cho rằng

đây là yêu tố hiệu quả nhất bởi các nguyên nhân sau

Nếu bạn nói về lợi nhuận đáng kể, ví dụ 20-40 nghìn đô la trong 1 tháng, thì điều gì sẽ xảy ra? Thứ nhất, bạn sẽ gặp rắc rối với các viên chức như thế nào. Thứ hai, phần lớn các ứng cử viên sẽ không tin rằng đó là sự thật. Joe và Jane Lunchbuket đang kiếm được khoản 350 đô la trong 1 tuần, thì thậm chí trong những ước mơ thầm kín nhất của mình họ cũng không thể mơ đến chuyện họ sẽ kiếm được 20 nghìn đô la trong 1 tháng. Họ sẽ kết luận rằng, chương trình nói trên không phải dành cho họ và họ sẽ có ảnh hưởng không tốt đến toàn bộ buổi giới thiệu còn lại

Nếu bạn nói với họ về thu nhập bằng 50-60 nghìn đô la trong 1 năm thì Joe và Jane sẽ cảm thấy thích hơn, vì họ thấy bức tranh này có vẻ hợp lý hơn và gần với sự thật hơn

Cũng trong khi đó việc này sẽ lôi cuốn những người khác, thậm chí cả những người có

thu nhập cao hơn. Những người này có đủ trí thông minh để tiếp tục nhẩm trong đầu quá trình sao chép và tưởng tượng về những cơ hội đang mở ra trước mắt họ. Thậm chí nếu những người này đang kiếm được 250 nghìn đô la 1 năm, thì họ vẫn nhận thấy rằng họ phải khó khăn biết bao mới kiếm được những đồng tiền này. Vì thế, họ sẽ lập tức tính toán rằng họ có thể thay tếh thu nhập này bằng thu nhập qua kinh doanh theo mạng một cách tương đối nhẹ nhàng và nhanh chóng. Hơn thế nữa khả năng nhận hoa hồng theo dạng thù lao bản quyền sẽ lôi cuốn họ

Khi tiến hành buổi giới thiệu và nói về các số liệu nói riêng, bạn đừng quên công thức này

Tất cả cần phải tương đối đơn giản và dễ hiểu, nhưng đồng thời phải đủ khó khăn để tạo nên cho họ một thử thách

Ở giai đoạn thứ 3 bạn cần phải giải thích cho mọi người, tại sao họ cần phải tham gia vào chính Công ty của bạn. Vì hiện nay đang có hàng trăm Công ty kinh doanh theo mạng khác

và mỗi ngày lại xuất hiện nhiều Công ty mới nữa. Ưng cử viên của bạn sẽ muốn biết, tại sao Công ty của bạn lại là sự lựa chọn tốt nhất đối với anh ấy. Bạn hãy kể cho anh ta nghe về những ưu điểm của Công ty bạn. Công ty của bạn có quỹ ô tô miễn phí hay không, có chương trình du lịch sang Châu âu một ưu điểm nào đó tương tự hay không? Hãy nhấn mạnh rằng Công ty của bạn có những lợi thế gì hơn những Công ty khác.

Hãy sử dụng các giáo trình trực quan, ví dụ như; các cuốn cẩm nang, các tạp chí …. **Bạn hãy nhấn mạnh vào lợi ích của các ứng cử viên, chứ đừng nhấn mạnh những đặc trưng của Công ty.** Không nên nói rằng: “Chúng tôi đã qua 8 năm phát triển ổn định”. Mà tốt hơn là hãy nói rằng: “Bạn có thể cảm thấy tự tin vì kinh nghiệm 8 năm của Công ty chúng tôi…”Thay vào câu “Chúng tôi trả hàng nghìn đô la để thuê in 4 cuốn sách màu” bạn hãy nói: “Bạn sẽ cảm thấy tự hào được làm việc trong Công ty này vì có nhiều tài liệu chuyên môn, chất lượng cao, rất hữu dụng trong công việc” trong tất cả các buổi giới thiệu

này bạn hãy giải thích về những nét đặc trưng của công việc trong Công ty bạn và "phiên" chúng sang thành lợi ích của các ứng cử viên. Bạn hãy kể về các cuộc họp, các thông báo về các loại sản phẩm mới, về các khóa học ở địa phương và các dịch vụ khác nhằm giúp đỡ các phân phối viên.

Bước tiếp theo (bước thứ 4) – đó là giới thiệu sản phẩm

Có thể là bạn đã quen bắt đầu buổi giới thiệu của bạn từ việc giới thiệu sản phẩm. Có rất nhiều người ủng hộ ý tưởng nói về việc bán hàng trước, rồi sau đó mới nói về khả năng kinh doanh. Như các bạn đã biết, tôi phản đối phương pháp làm việc đó. Nếu áp dụng cách này, bạn đang làm cho các ứng cử viên không có bản năng bán hàng hoảng sợ, và như vậy bạn sẽ đánh mất 90% các phân phối viên có tiềm năng nhất của bạn.

Những người giỏi trong kinh doanh theo mạng không phải là những người biết bán hàng mà là những người thầy và người chỉ đạo viên giỏi.

Buổi giới thiệu của bạn cầ phải vẽ ra được một bức tranh toàn cảnh về sản phẩm, về phong cách sống, về các cơ hội, khả năng để ứng cử viên dễ dàng xác định những lợi ích cho mình. Nếu anh ta (cô ta) chỉ muốn trở thành người tiêu dùng sản phẩm, thì họ sẽ nói thẳng với bạn không nên có định kiến đối với mọi người.

Như các bạn đã thấy, phương thức này rất khác với các phương thức mà nhiều người đã quen thuộc. Họ cho rằng đầu tiên cần phải bán sản phẩm, chờ khách hàng đánh giá cao, làm cho anh ta trở thành một người tiêu dùng hạnh phúc rồi sau đó mới giới thiệu cho anh ta về khả năng kinh doanh. Tôi phản đối phương pháp này vì hai lý do:

Lý do thứ nhất Việc này chiếm nhiều thời gian

Công ty kinh doanh nhiều loại sản phẩm khác nhau, vì thế để "thử" hất chừng ấy loại cũng phải mất đến 3-4 tháng. Trong khi đó, phương pháp của tôi cho phép tăng 4 cấp trong 1 tháng,

còn với phải psai lệch, phải mất 1 năm mới có thể làm được điều đó.

Lý do thứ hai: bạn có thể làm cho các ứng cử viên tốt nhất của bạn hoảng sợ

Một trong những nguyên nhân,, tại sao một số người không muốn tham gia vào kinh doanh, là họ nghĩ rằng họ phải đến gõ cửa từng nhà để giới thiệu sản phẩm. Tất nhiên là không phải như vậy, nhưng họ không biết

Vậy thì điều gì sẽ xảy ra?

Giả sử bạn làm việc với anh Fil. Và một hôm Fil phàn nàn với bạn rằng cứ sau bữa ăn trưa là anh ta lại mệt mỏi. Mắt bạn sáng lên và bạn bắt đầu giảng giải cho anh ta nghe về độ dinh dưỡng cao của sản phẩm, về các vitamin, khoáng chất và cây cỏ. Sau nửa giờ thuyết trình về tính ưu việt của thức ăn lành mạnh, bạn giới thiệu cho anh ta MEGA – POWER ENERGY BOOSTER, tức là các vitamin thảo dược đặc, phục hồi năng lượng mà Công ty của bạn kinh doanh.

Fil đồng ý thử các vitamin này và trả cho bạn 40 đô la cho 1 lọ. Sau một vài ngày hay thậm chí 1 tuần bạn khuyên anh ta uống vitamin thêm lần nữa để củng cố kết quả. Anh ta mua của bạn thêm 1 lọ nữa với giá 40 đô la, khi đã dùng hết lọ trước. Sau vài ngày anh ta đến nhà bạn”Tìm ra rồi!” anh ta kêu lên. Tớ thực sự cảm thấy khỏe hơn rất nhiều. Cứ đến buổi chiều tớ lại cảm thấy như có nguồn năng lượng ở đâu tràn về. Tôi không bị rụng tóc và đau răng nữa!” Trong giây phút này, bạn cảm thấy dường như bạn có thêm một phân phối viên trung thành. Anh ta đã sử dụng sản phẩm cho nên bạn có thể yên tâm chuyển sang giới thêịu kinh doanh

“Cậu có biết không! bạn kêu lên – cậu có thể lĩnh được sản phẩm miễn phí và thậm chí (bạn có thể ngắt giọng một lúc ở đây) kiếm ra tiền nữa đấy”

“Thật à?” – Fil nói – Thế tớ phải làm gì? “

“À, điều đó rất đơn giản – bạn trả lời – Cậu chỉ cần trở thành phân phối viên”

"Hay đấy nhỉ – Fil nói – nhưng tớ nghĩ là tớ cứ mua sản phẩm ở chỗ cậu thì tốt hơn, vì tớ không biết bán hàng"

Bạn nổi giận; "bán hàng à? Sao cậu lại nghĩ như thế? Chúng tôi không bán hàng mà chúng tôi giới thiệu hàng"

Bạn có thể nói suốt cả ngày về việc bạn "giới thiệuA" sản phẩm, nhưng sự thật là bạn đã bán Fil lọ vitamin với giá 40USD và sau đó lại một lọ nữa cũng với giá 40USD. Bạn đã chứng minh cho Fil một cách rõ ràng và thuyết phục rằng trong kinh doanh này, cần phải bán sản phẩm. Như vậy, nếu anh ta thuộc vào 90% những người không biết bán hàng thì kinh doanh sẽ chẳng lọt vào mắt anh ta. Nếu bắt đầu hoạt động kinh doanh của mình từ việc bán sản phẩm thì trước hết bạn sẽ làm cho những phân phối viên có tiềm năng của bạn hoảng sợ, mà nhiều người trong số họ có khi có thể đạt được thành công lớn trong kinh doanh.

Tôi không muốn nói rằng, phương thức nói

trên là không có hiệu quả. nhưng kinh nghiệm của tôi cho thấy rằng, một người trung bình làm theo cách này phải sau 5-8 năm mới có thể tăng thu nhập của mình lên tới mức đủ tiêu dùng. Những người tuân thủ theo đúng những quy tắc như tôi đã nói sẽ có khả năng tăng thu nhập của mình lên đến mức này trong vòng 2-4 năm. Rất tiếc là hầu hết mọi người không đủ kiên trì và họ không có khả năng tuân thủ các nguyên tắc như lúc đầu. Sau 5-8 năm làm việc trong chương trình bạn sẽ phát hiện ra rằng phần lớn những phân phối viên đặt nhiều kỳ vọng vào chương trình rốt cuộc cũng từ bỏ nó mà trong tay vẫn chưa có thành công nào cả.

Bạn cần phải thấy rằng, phương thức mà tôi bày cho bạn không thể gọi là phương thức "công vụ" được, tôi cũng không hề xúi bạn tuyệt nhiên không bán sản phẩm. Bạn cần phải tìm ra một "trung điểm vàng" cả kinh doanh và bán sản phẩm lẫn cơ hội đổi phong cách sống.

Có lẽ một vài người trong số bạn sẽ ngạc nhiên, làm sao có thể bắt đầu kinh doanh nếu

không biết sp của Công ty mình là cái gì

Rất đơn giản. Nếu bạn khéo léo dẫn dắt buổi giới thiệu thì qua lời của bạn mọi người sẽ tự rút ra được kết luận về chất lượng sản phẩm. Sau khi nghe bạn trình bày họ sẽ rút bỏ những mối nghi ngờ của mình (đây là một ví dụ về tính ưu việt của công việc trên thị trường “nóng”). Thêm vào đó, mỗi Công ty biết tôn trọng bản thân đều có bảo hành 100% cho chất lượng sản phẩm. Ứng cử viên của bạn sẽ chẳng mất gì cả, anh ta chỉ có lợi mà thôi.

Có thể, bạn thấy lạ nhưng một trong những nguyên nhân cơ bản tại sao mạng lưới phát triển chậm chạp là lượng thông tin quá tải về sản phẩm. Hoặc các ứng cử viên cảm thấy chán ngán. Trong trường hợp này phân phối viên làm không đúng.

Hoàn toàn không bắt buộc phải “nhồi nhét” vào đầu các ứng cử viên những thông tin mới mẻ, các phương thức sử dụng và các kết quả đạt được từ thời Mafusail.

Chẳng lẽ người bán ô tô, khi quảng cáo với bạn xem mấy tấm gương chiếu hậu, lại phải miêu tả tỉ mỉ từng chi tiết của động cơ hay kể toàn bộ lịch sử của ngành công nghiệp ô tô từ thời Henri Ford sao? Hay anh ta mời bạn đích thân chạy thử ô tô vài vòng.

Tôi nhận thấy rằng sự dư thừa thông tin đặc biệt phổ biến trong lĩnh vực dinh dưỡng của ngành công nghiệp. Thay vào việc giới thiệu, các phân phối viên lại giã cho người nghe một bài thuyết trình dài 3 tiếng hồ về dinh dưỡng. Các ứng cử viên bị kinh ngạc bởi khối lượng thông tin quá lớn, sẽ kết luận một cách có căn cứ rằng, họ không bao giờ có thể học thuộc được tất cảc các dữ kiện này. Dựa trên ấn tượng ban đầu họ sẽ chẳng bao giớ nghiêm túc đặt mình vào vai phân phối viên. Cái tốt nhất mà bạn có thể hy vọng ở họ là họ sẽ đồng ý trở thành người tiêu dùng. Trong trường hỡp này ý nguyện trở thành một con người hoàn hảo và chuyên nghiệp sẽ làm cho bạn trở nên nghèo khó và cô độc…

Mọi người thường hỏi tôi, ngày nay kinh

doanh đa cấp thường gặp phải những vấn đề gì. Theo tôi, vấn đề trầm trọng nhất là phần lớn các Công ty MLM không nhìn thấy sự khác nhau giữa việc bán hàng và việc sao chép. Tôi thường xuyên phải chạm trán với vấn đề này vì tôi rất hay được mời lên phát biểu trong những hội nghị lớn.

Người ta thường hay mời tôi phát biểu vì khối lượng hàng bán ra bị giảm sút, mặc dù các phân phối viên đã được học hỏi ở những người thầy về buôn bán có tên tuổi tầm cỡ thế giới. Tất nhiên, những người thầy này đã dạy cho họ phương pháp tâm lý tích cực, phương pháp "phản chiếu" cũng như "nguyên tắc ba bước". Và thường thì các phân phối viên không có bản năng bán hàng, không kham nổi công việc này hoặc không đáp ứng tiêu chuẩn chuyên môn cao. Như vậy, dù muốn thế nào đi chăng nữa thì tất cả các phương pháp này đều không phải dành cho họ.

Tôi không muốn nói rằng, các chuyên viên bán hàng truyền thụ không đúng nội dung cần thiết hoặc nhìn chung họ không biết dạy. Chỉ là, những gì họ dạy chỉ áp dụng được trong buôn bán

chứ không được sao chép trong kinh doanh theo mạng. Người ta thường mời tôi đến phát biểu trong các hội nghị chính là vì thế.

Công thức thành công của tôi rất đơn giản: kinh doanh tốt có nghĩa là lựa chọn các ứng cử viên đã qua vòng phân loại và cung cấp cho họ những thông tin cần thiết theo để họ có thể quyết định một cách đúng đắn.

Kinh doanh thực sự là kinh doanh không có gì chung với việc ký kết các hợp đồng, thuyết phục mọi người hoặc "bán hàng". **Bạn phải điều khiển quá trình. Bạn cần phải cung cấp các thông tin chính xác với khới lượng vừa đủ để người nghe dể hiểu. Nhưng xét cho cùng, ứng cử viên phải tự xác định rằng, sản phẩm, dịch vụ và khả năng của Công ty có phù hợp với anh ta hay không.** Buổi giới thiệu cần phải diễn ra trong bối cảnh đó. Đây là bước đầu tiên (nhưng là bước rất quan trọng) trong quá trình truyền thông tin

Còn bây giờ chúng ta chuyển tới phần giới

thiệu sản phẩm trong buổi giới thiệu của bạn.

Khi nói về sản phẩm, bạn hãy giới thiệu đôi nét chung chung về tất cả các loại sản phẩm của Công ty. Không nên đi sâu vào cụ thể. Tôi biết có những phân phối viên tốn 45 phút cho việc mô tả các loại sản phẩm, thành phần, nơi sản xuất, cách sử dụng chúng, rồi sau lại ngạc nhiên là tại sao ứng cử viên lại hết hứng thú nghe anh ta. **Bạn hãy lướt qua "dòng sản phẩm và sau đó hãy chọn ra một hoặc hai loại mà bạn yêu thích và giới thiệu về chung.**

Đừng quên nhấn mạnh lợi ích của các ứng cử viên ở đây. Thay vào việc bạn nói: "Sản phẩm này là độc nhất và có một không hai" tốt hơn là bạn hãy nói: "Sản phẩm này là độc nhất, có một không hai, vì thế khách hàng của bạn chỉ có thể mua nó ở chỗ bạn mà thôi. Trong những năm tới đây các bạn sẽ tạo ra được nguồn thu nhập ổn định nhờ nó"

THÔNG TIN DÀNH RIÊNG CHO NHỮNG NGƯỜI PHÂN PHỐI CÁC CHẤT BỔ DUNG

DINH DƯỠNG

Giả sử rằng, một trong những loại sản phẩm bạn ưu thích đã cứu bạn thoát khỏi căn bệnh “vô phương cứu chữa”. Nếu đó là sự thật – **đừng nói ra điều đó!** Tôi biết, thật khó giữ nó trong bí mật, và có thể, bạn đang ngạc nhiên, nhưng hãy tin những lời tôi nói!

Cá nhân tôi cho rằng, ít nhất cũng có tới 80% các căn bệnh là những người mang bệnh phải tới khám bác sĩ hoặc nằm viện đều có liên quan đến thức ăn, mà chúng ta ăn hàng ngày. Hơn 95% loại thức ăn mà ngày nay chúng ta đang sử dụng đó là thức ăn tái chế với hàm lượng vitamin, khoáng chất, men và chất xơ rất thấp. Tất nhiên lý tưởng phải là như sau: đại tràng của bạn đưa thức ăn theo đường tiêu hóa, chắt lọc các chất bổ dưỡng lại để nuôi cơ thể và đào thải ra ngoài cơ thể các chất cặn bã còn lại. Tuy vậy, ngày nay phần lớn mọi người lại phải chạm trán với một thực tế khác.

Tất cả những gì họ ăn đều biến thành một

hỗn hợp sền sệt bị phân hủy tạo thành khối trong ruột. Vì ở trong hệ tiêu hóa bị bịt kín, cho nên các độc tố ngấm qua thành ruột và thấm vào máu. Và hậu quả là sự mệt mỏi, uể oải, lãnh đạm, tự đầu độc cơ thể và thậm chí cả bệnh ung thư nữa. Ai mà biết được, bệnh gì nữa có thể phát sinh do ăn uống không đùng và do có độc tố trong máu?

Nhưng chúng ta thực sự biết rằng, nhiều người làm việc trong kinh doanh theo mạng bắt đầu sử dụng các vitamin, khoáng chất, men và chất xơ cùng với thức ăn, những thứ đó giúp cho họn hanh chóng tăng cường sức khỏe một cách đáng kể, thậm chí cả những bệnh vô phương cứu chữa cũng được chữa khỏi.

Còn bây giờ là yếu tố rất quan trọng

Bạn không được nói điều đó. Chính phủ thuê viên chức bảo vệ xã hội khỏi bọn lừa bịp, các loại dược liệu đáng nghi ngờ và thủ thuật y học nguy hiểm. Những viên chức này không tiếp nhận các phép điều trị mới làm thay đổi dinh dưỡng, thậm chí cả các loại thảo dược tự nhiên.

Vì thế họ sẽ nhanh chóng đóng cửa Công ty vì các phân phối viên của Công ty này khẳng định rằng họ đã khỏi những căn bệnh hiểm nghèo. Nếu bạn đã nhờ phép thần kỳ mà chữa khỏi căn bệnh dường như là vô phương cứu chữa, **thì cũng đừng nhắc gì đến điều đó trong buổi giới thiệu của bạn.** Bạn hãy để dành câu chuyện này cho buổi họp mà không có mặt các ứng cử viên và các viên chức bảo vệ. Tốt hơn hết là hãy kể về lợi ích mà một số khách hàng đã nhận được.

Bước thứ năm cũng là bước cuối cùng trong buổi giới thiệu của bạn là trình bày hệ thống hỗ trợ các phân phối viên.

Thường thì ở đây các ứng cử viên bắt đầu lự chọn cho mình. Bạn hạy cho họ thấy rằng, có thể tiến hành bước thứ nhất trong kinh doanh dễ dàng như thế nào. Hãy để cho họ nghe mạng lưới phân phối viên của họ sẽ ra đời như thế nào, hãy giải thích cho họ, tất cả những người này sẽ giúp họ xây dựng sự nghiệp kinh doanh ra sao. Lúc này bạn đang bán chính mình. Và không quan trọng là Công ty của bạn đã đạt được những đỉnh cao nào,

hình dạng sản phẩm ra sao; nếu bạn không muốn biến mình thành lợi ích cho họ thì họ sẽ chẳng thích thú gì bạn cả. Bạn hãy nhấn mạnh sự đóng góp của bạn vào thành tích kinh doanh của họ và hãy cho họ thấy họ có thể bắt đầu làm việc ngay lập tức, không phải trì hoãn chờ đợi như thế nào.

Tôi thấy bước thứ nhất và bước thứ năm (lợi ích và cấu trúc hỗ trợ) là hai bước quan trọng hơn cả trong quá trình gồm 5 bước này. Tôi không nghĩ rằng, thứ tự của các bước là quan trọng nhưng tất cả các bước này đều phải có trong buổi giới thiệu, và chỉ có bước thứ nhất phải được đặt ở vị trí đầu tiên. **Nếu bạn không bắt đầu buổi giới thiệu bằng việc nêu lên lợi ích của các ứng cử viên, thì bạn không thể thu hút sự chú ý của họ vào các thông tin tiếp theo.**

Bạn hãy ghi nhớ tất cả các nguyên tắc này khi soạn thảo buổi giới thiệu bình thường cho chương trình của bạn. Tin hay không tin là tùy ở bạn, nhưng phần lớn những người tiếp nhận chương trình của bạn đều không phải do sản phẩm của Công ty bạn có 1 miligram thành phần

nào đó nhiều hơn so với các sản phẩm của Công ty khác hay Công ty của bạn mua sản phẩm tận bên Nam Mỹ, mà là vì họ cần có một cuộc sống tốt đẹp hơn và họ tin rằng, họ có thể thực hiện được mơ ước của mình trong chương trình này nhờ có sự giúp đỡ của bạn.

Dĩ nhiên là, Công ty của bạn cần phải có triển vọng, còn sản phẩm thì phải có chất lượng tôt. Mọi người không mua xe Ferrari cho mình vì những chiếc thanh răng, những bánh xe răng cưa và những vành bánh xe xuyên tâm. Họ mua chiếc xe này vì họ muốn đi nhanh hơn và gây ấn tượng mạnh hơn. Để những chiếc thanh răng chỉ là phụ tùng ô tô mà thôi.

Bạn đừng nghĩ rằng sản phẩm *hoặc các dịch vụ) của Công ty bạn không có ý nghĩa gì. **Chúng vô cùng quan trọng cho thành công lâu dài của bạn. Để thực sự thành công, sản phẩm cần được đặt vào Trung tâm chú ý của bạn và những người trong mạng lưới của bạn.** Nhưng tầm quan trọng của sản phẩm chỉ có thể thấy được nhờ việc sử dụng và truyền thụ trong

cchương trình đỡ đầu.

Trong quá trình giới thiệu các cơ hội gồm 5 bước này bạn vẽ ra một bức tranh toàn cảnh và cung cấp cho ứng cử viên tất cả những thông tin cần thiết để họ đi đến một quyết định đúng đắn. Bạn hãy mời mọi người đến dự buổi giới thiệu "cái nhìn thứ hai". Một lần nữa hãy cho các ứng cử viên thấy, họ sẽ được hưởng lợi ích gì và bạn bè sẽ có những ứng cử viên trung thành cho mạng lưới của mình.

Còn một vấn đề nữa mà ta phải đối đầu. Phần lớn các uu không kiếm đâu ra được 300-800USD cho bước khởi đầu trong kinh doanh. Trong số đó có cả những người có công ăn việc làm "tốt" và lương bổng "hậu hĩnh". (Vì một người trung bình bây giờ cũng lâm vào cảnh nợ nần chồng chất, anh ta chi tiêu hết 125% tiền lương của mình, sống lay lắt từ đợt lĩnh lương này đến đợt lĩnh lương sau). Phần lớn những người này không muốn thừa nhận với bạn điều này (đặc biệt là những người đang có công việc "tốt"). Bạn cần phải tự tìm hiểu vấn đề của họ

và khai thác nó. Họ có thể mua đợt sản phẩm đầu tiên bằng thẻ tín dụng hoặc chờ đến ngày lĩnh lương sau để bắt đầu làm việc hoặc mua các tài liệu giảng dạy từng phần một. Nhưng bạn hãy lắng nghe lời khuyên của tôi Đừng bao giờ đưa cho phân phối viên) một cách miễn phí để giúp anh ta bắt đầu công việc kinh doanh của mình.

Thị trường, những người không bỏ tiền đầu tư vào kinh doanh, sẽ không đánh giá nó và không có thái độ nghiêm túc đối với nó. Những người bắt buộc phải giáng sức mình cho kinh doanh và hy sinh một cái gì đó vì kinh doanh, sẽ có động lực mạnh hơn và có thể tạo dựng sự nghiệp kinh doanh của mình.

Những buổi giới thiệu "một chọi một" đầu tiên của bạn không nhằm thúc đẩy mọi người ký kết ngay lập tức. Trong quá trình thu nhập kinh nghiệm của bạnc càng ngày sẽ càng có nhiều người muốn ký hợp đồng. Thường thì buổi giới thiệu đầu tiên được tổ chức nhằm để lại ấn tượng tốt đẹp ban đầu cho ứng cử viên và làm quen anh ta với quá trình đỡ đầu. Mục đích của

bạn ở đây là ấn định cuộc gặp mặt tiếp theo.

"Cái nhìn đầu tiên" này không cần phải sâu sắc và chiếm nhiều thời gian. Như tôi đã nói trước, bạn cần phải loại các thông tin về hệ thống kinh tế chậm phát triển ra khỏi buổi giới thiệu đầu tiên. Tôi làm như thế do 3 nguyên nhân sau;

1. Ứng cử viên không cảm thấy rằng chúng ta đang phê phán tình trạng hiện tại của nó

2. Để buổi giới thiệu thứ hai trở thành sự kiện quan trọng hơn đối ứng cử viên

3. Điều này cho phép tiến hành buổi giới thiệu trong 1 tiếng đồng hồ, có nghĩa là phần lớn mọi người có thể dành thời gian để đến nghe bạn giới thiệu.

Buổi giới thiệu đầu tiên có thể diễn ra ở quán cà phê bên cạnh, ở nhà bạn hoặc ở nhà ứng cử viên. **Tôi thấy nơi cuối cùng trong ba nơi này là được hơn cả.** Như thế dễ có được những

kết quả khả quan hơn. Tuy nhiên, một số người lại sợ điều đó. Họ sợ rằng nếu như họ để bạn vào nhà thì bạn sẽ không muốn đi cho đến khi bạn bán được cái gì đó cho họ thì thôi. Một số người khác lại coi lởi mới đến chỗ bạn như một miếng mồi nhử họ vào cạm bẫy. Chính vì thế mà nơi gặp gỡ an toàn nhất là một vị trí trung gian. Muốn vậy bạn hãy chọn ra một quán cà phê nào đó ở gần chỗ bạn và ấn định cuộc gặp vào thời điểm vắng khách nhất. Trong quán cà phê bạn không nên đặt đồ ăn. Có thể, bạn có đủ tiền để mua đồ ăn nhưng ứng cử viên của bạn có thể lại không có, vả lại tình huống này không thể được sao chép. Cho nên bạn hãy nói thẳng với ứng cử viên: “Chúng ta cùng uống tách cà phê và thảo luận về công việc này nhé”. Không những thế bạn hãy ấn định cuộc gặp mặt vào thời điểm ít xe cộ đi lại trên đường phố, còn quán cà phê nên nằm cách xa đường phố, còn quán cà phê nên nằm cách xa đường lớn, để ứng cử viên không phải gặp trở ngại trên đường đến điểm hẹn. Bạn hãy chuẩn bị tiền để thanh toán vào cuối buổi giới thiệu và hãy tăng gấp đôi hoặc gấp ba lần số tiền phong bao

cho hầu bàn mà bạn thường cho

Khi tiến hành buổi giới thiệu tại nhà, hãy rút ngắn các cuộc nói chuyện tự do ngoài lề và đi thẳng vào vấn đề chính là buổi giới thiệu. Có thể, ứng cử viên đã đồng ý lắng nghe bạn và bạn hứa sẽ không chiếm quá một giờ đồng hổ anh ta, cho nên bạn hãy giữ lời hứa của mình. (bạn không chỉ thực hiện đúng lời hứa của mình, mà còn có đủ thời gian để tiến hành ba bốn buổi giới thiệu trong một ngày, điều đó rất cần thiết cho hiệu quả công việc trong kinh doanh)

Bạn đề nghị chủ nành tắt đài và vi ti, rút điện thoại và ngoài vào bàn trong phòng khách. Mục đích của bạn trong giai đoạn này là tiến hành buổi giới thiệu đầu tiên với họ và xác định xem, họ có phải là những ứng cử viên có tiềm năng hay không và họ có ước mơ hay không. Khi bạn đã xác định được điều đó, **thì hãy ấn định cuộc gặp mặt lần sau.** Đó sẽ là cuộc họp tại nhà hay cuộc họp gia đình, tức là một sự kiện có ý nghĩa hơn, là cái nhìn thứ hai của họ vào chương trình. Bạn hãy nhớ rằng, thành công đến không phải vào lúc bạn

bán sản phẩm, mà vào lúc bạn ấn định những cuộc gặp mặt lần sau. Bạn hãy mua cho mình một tấm lịch và đánh dấu thời gian gặp gỡ ở chỗ đối diện với họ tên của các ứng cử viên.

Tôi không định ép buộc mọi người, nhưng tôi đến buổi giới thiệu chỉ với một ý nghĩ duy nhất, đó là tôi có công việc kinh doanh mà có thể giúp tôi thực hiện những ước mơ, hy vọng và mong muốn của mình. Tôi tự nghĩ rằng, họ sẽ nhận được những gì họ muốn. Tôi không bị lương tâm cắn rứt dày vò, tôi cảm thấy mình có trách nhiệm đưa họ tới bước tiếp theo. Tôi nói với họ: "bạn biết không, hình thức kinh doanh này rất phù hợp với bạn – đây là bước tiếp theo của bạn …" Hoặc "này, Dugh, chúng ta hãy cùng giới thiệu chương trình này cho mấy anh bạn ngạo nghễ của anh đi. Việc đó sẽ mang đến cho anh một cơ hội vô giá đấy"

Tôi thực sự là không mong chờ được nghe câu trả lời dứt khoát là "vâng" hoặc "Không" ở giai đoạn này. Tôi chỉ muốn đẩy ứng cử viên tiến xa hơn theo "dãy chuyền". Anh ta càng tiến xa bao

nhiêu thì càng thu nhập được nhiều thông tin bấy nhiêu, và cách đó cũng là cách để anh ta học tập. Kết cục anh ta hiểu rằng, công việc kinh doanh có thể giải quyết được tất cả mọi vấn đề và thực hiện những ước mơ của anh ta.

Cả khi đến buổi giới thiệu “một chọi một” đầu tiên bạn cũng nên mặc bộ com – lê đàng hoàng. **Bạn và chồng (hay vợ) bạn phải đóng vai trò quý ông và quý bà có tên là Thành đạt.** Đặc biệt khi đến gặp gỡ với bác sĩ, luật sư, kế toán, bạn hãy ăn mặc thật trang nghiêm. Cho dù nếu ứng cử viên mặc thường phục hàng ngày thì bạn cũng phải mặc bộ váy đoan trang nếu bạn là phụ nữ, hoặc chiếc áo sơ mi được là ủi cẩn thận và mang cà vát, nếu bạn là nam giới. Bạn phải ăn mặc như đi đến dự một bữa tiệc trang trọng. **Đừng ghép mình vào khung chuẩn mực của họ.** Phong cách công vụ sẽ làm cho bạn tự tin hơn, củng cố lòng tin của các ứng cử viên vào bạn, thuyết phục họ tin tưởng vào thái độ nghiêm túc của bạn đối với công việc kinh doanh.

Còn bây giờ chúng ta hãy cùng thảo luận chi

tiết hơn, tại sao không nên ép buộc mọi người. Tôi không muốn bắt mọi người mua một cài gì đó, **nhưng tôi cần phải biết chắc rằng, họ đã cung cấp đầy đủ thông tin cần thiết và có thể tự lựa chọn một cách đúng đắn.** Nếu đến cuối buổi giới thiệu tôi nghe thấy câu: "nhưng tôi không thể làm được điều đó thậm chí trong cả một triệu năm. Tôi căm thù anh. Hãy cuốn xéo ra khỏi nhà tôi trước khi tôi bắn chết anh". tôi sẽ kết luận rằng, loại người này không thể là ứng cử viên được, và tôi sẽ rút lui.

Nhưng thường thì chuyện như vậy không xảy ra. Tôi chỉ đùa một chút thôi. Nếu nói một cách nghiêm túc thì nếu mọi người không muốn đồng ý một tí nào hoặc họ nói rằng họ không quan tâm đến việc này, thì dẩu sao tôi cũng sẽ cố thuyết phục nó.

Thay vào việc hỏi tại sao họ không quan tâm (để rồi đâm vào "lá chắn" của họ), tôi không chú ý đến lời từ chối của họ và nói rằng họ cần phải làm quen với một số thông tin bổ sung. Tôi nói đại loại như thế này: "Tôi tin rằng bạn muốn

biết tất cả các chi tiết trước khi đến quyết định”. Tiếp đó, tôi trao cho họ tập thông tin, giải thích cho họ cái gì vào cái gì và tại sao việc làm quen với nó lại quan trọng đến thế. Nếu trong tập thông tin có các mẫu sản phẩm thì hãy đưa cho ứng cử viên kèm theo vài lời giải thích về ích lợi đối với anh ta. Nếu trong tập thông tin có một cuốn cassette, hãy cho cuốn băng này vào máy nghe và cho nó quay một vài phút để kích thích chú ý của họ.

Nếu họ đồng ý cầm tập tài liệu, thì có thể có hai “kịch bản”

Hãy ấn định thời gian sau một vài ngày khi có thể lấy lại tài liệu và trả lời các câu hỏi của họ: “Tôi biết bạn sẽ thích sản phẩm này. Bạn hãy ghi lại tất cả các câu hỏi mà bạn thắc mắc và trong buổi gặp lần sau …”

Hãy dạy cho các phân phối viên của mình và mời ứng cử viên đến buổi giới thiệu lần sau. “Bạn có thể tính là bạn chưa dự một buổi giới thiệu nào nếu bạn chưa nhìn thấy Denis và Carol

làm việc đó như thế nào. Họ đã giúp hàng nghìn người trên cả đất nước được thành công. Bạn nhất định phải nhìn thấy họ …"

Cho phép tôi được nhắc lại. Tôi không muốn trói tay mọi người lại để dẫn họ đến buổi giới thiệu. Nhưng tôi thực sự muốn họ nhìn vào kinh doanh với con mắt nghiêm túc và thành thật. Trong một số trường hợp bạn phải bảo vệ họ khỏi những lo nghĩ vặt vãnh của chính nó. Bạn không muốn thấy những phản ứng tiêu cực và cơ hội bị tiêu vong từ phía họ chỉ vì 5 năm trước đã có người chất đầy những bình lọc nước vào nhà họ, phải không, hoặc vì đứa cháu của người thợ chuyên cắt tóc cho bằng hữu tốt nhất của họ đã mất 150 đô la khi làm việc buôn bán bánh quy hiệu mới vào năm 1989. Khi tôi còn chưa hiểu được là ứng cử viên tuyệt đối từ chối nghiên cứu thông tin, tôi sẽ còn tiếp tục lôi kéo sự quan tâm của anh ta bằng cách giao tập thông tin cho anh ta về nhà đọc, để sau hai ngày tôi có thể đến chỗ anh ta lấy lại nó và mời anh ta đến dự cuộc họp tiếp theo.

Lưu ý! Bạn hãy nhớ rằng, thời gian từ 18h30 đến 19h30 là hợp lý nhất cho việc đến thăm ứng cử viên để thu lại tài liệu. Còn khoảng thời gian 20h00 – 22h00 là thời gian tối ưu để tiến hành buổi giới thiệu.

Nếu trong đám bạn bè của bạn có những người đã dự buổi giới thiệu thứ nhất, nhưng lại không muốn đến dự buổi thứ hai thì bạn cứ mặc họ ở đó. Bạn hãy chờ nửa năm sau hãy liên lạc lại với họ. Hãy nói với họ rằng: “Tôi vừa mới nhận được tiền thù lao cho công việc kinh doanh của mình. Tôi cần biết, bạn sẽ nghĩ thế nào, nếu tôi đề nghị bạn bỏ công việc của mình. Trong tuần này tôi có một buổi giới thiệu rỗi rãi, còn tất cả thời gian còn lại tôi bận kinh khủng…”

Thông tin bổ sung về buổi giới thiệu:

Như thường lệ, tôi mở đầu buổi giới thiệu bằng một thông báo cho ứng cử viên rằng sau đây họ sẽ nghe trình bày kế hoạch 2-4 năm về việc thiết lập sự ổn định về tài chính trong kinh doanh, mà kế hoạch này sẽ làm cho họ thích thú, mang

lại phần thưởng cho họ và làm cho họ lớn mạnh hơn. Tôi khuyên họ, để đạt được kết quả họ phải làm việc 7-10 giờ một tuần và phải nghĩ ra cho mình một ước mơ

Bây giờ họ đã biết giá trị của công việc tương lai. Họ biết họ phải dành bao nhiêu thời gian cho nó, vì thế tôi chuyển qua mô tả một ước mơ nào đó.

Thêm một nhận xét quan trọng nữa: bạn cần phải tin vào thành công của buổi giới thiệu trước khi bắt đầu. Điều đó có nghĩa là, bạn phải tin vào kết quả tốt đẹp, còn thông tin mà bạn đang chuẩn bị trình bày cần phải được biên soạn một cách chuyên nghiệp.

Nếu bạn định sử dụng bản đồ hoặc cuốn sổ ghi chép của mình thì hãy để chúng ngay bên cạnh. Nếu bạn định vẽ các “vòng tròn thành công”, thì hãy chuẩn bị các dụng cụ; giấy vẽ, bút mực và bút mầu. Bạn hãy để tập tài liệu giao về nhà và tập tài liệu thông tin tiếp theo ở bên cạnh mình. Có thể điều này thật khó tin, nhưng vẫn có

những người cho đến tận bây giờ vẫn chưa mua máy ghi âm (chỉ vì họ không muốn tiêu phí tiền vào nó). Máy cassette chạy pin dự phòng và một vài thỏi pin mới rất cnầ thiết để bạn có thể tạm cho ứng cử viên mượn trong trường hợp nếu tập tài liệu giao về nhà bao gồm cả băng cassette.

Bạn đừng quên phải thường xuyên nắm vững công việc kinh doanh của mình. Thậm chí nếu bạn là thành viên mới và người đỡ đầu của bạn tiến hành giới thiệu thay bạn, bạn hãy lãnh trách nhiệm về việc chuẩn bị các dụng cụ và các thiết bị cần thiết. Bạn hãy ăn mặc và cư xử theo đúng nguyên tắc đòi hỏi ở một doanh nhân thực thụ.

Nếu bạn tổ chức nhiều buổi giới thiệu nhưng số lượng người muốn ký không nhiều, thì có thể bạn đang mắc một trong lỗi lầm sau:

1. Bạn đào tạo các phân phối viên của mình chưa đủ tốt và vi phạm quá trình hoạt động của "dãy chuyền". Nếu đúng là như vậy, bạn hãy vượt qua ngưỡng cửa của cái "tôi" của

mình và cố gắng thu xếp công việc của các phân phối viên của bạn cho ổn thỏa

2. Bạn tiến hành các buổi giới thiệu vô tác dụng. Nếu đúng như thế, bạn hãy đề nghị ai đó trong số những người đỡ đầu của bạn có mặt trong buổi giới thiệu của bạn. Họ sẽ khuyên bảo những gì bạn cần lưu ý. Sau đó hãy làm lại một lần nữa trước gương, trước máy thu âm, trước một chiếc bàn trong quá cà phê.

Lưu ý! Bạn đừng sa vào tình trạng “chuẩn bị cho sự chuẩn bị”. Một phân phối viên tiến hành nhiều buổi giới thiệu vô ích sẽ đạt được nhiều thành công hơn là phân phối viên chỉ ngồi ở nhà và dự định sẽ tiến hành buổi giới thiệu xuất sắc.

3. Bạn tiến hành các buổi giới thiệu sao cho đúng đối tượng. Có thể, lời mời của bạn nghe rất bùi tai và bạn đã tổ chức một buổi giới thiệu đẹp mắt, nhưng những người được mời không sẵn sàng nghe bạn trình bày về việc này. Bạn đừng dừng lại trên đường mà mời người lạ đến dự buổi giới thiệu của bạn. Hãy bắt đầu từ

các câu hỏi phân loại, đừng lãng phí thời gian của mình chào những người bạn vô tình gặp ngoài đường.

Và rốt cục, tôi sẽ không tha thứ cho mình, nếu tôi không nói gì về những lời từ chối. “Sản phẩm của các anh giá quá đắt! Ngoài ra, cấu trúc dạng hình tháp là bất hợp pháp. Người tham gia kinh doanh đầu tiên sẽ thu hết tiền vào túi mình!”

Nếu bạn chưa nghe thấy những lời tương tự một lần nào, thì có lẽ là bạn chưa bao giờ tổ chức một buổi giới thiệu nào cả. Tôi cảm giác như mỗi người đều lặp lại y sì những từ đó, những lời thoái thác là tại sao anh ta (hay cô ta) sẽ không làm việc trong kinh doanh theo mạng. Chúng ta hãy cùng phân tích xem, cần phải phản ứng những lời tử chối này như thế nào cho đúng. Có thể điều này sẽ khác với những gì bạn đã quen làm. Vì lý do sau. Tôi không định dạy bạn, làm thế nào để thu hút các ứng cử viên, làm thế nào để thay đổi các định kiến của họ và tôi không muốn dạy bạn các phương thức “bảo hành 100% cho sự tham gia” của các ứng cử viên,

Nếu bạn thử "mua" ứng cử viên vào chương trình thì bạn đang hành động không đúng. Chúng ta lựa chọn những người cần thiết, chứ không pà "mua" hết lần lượt tất cả mọi người. Nói một cách khácm bạn cung cấp cho họ những thông tin cần thiết để đi đến quyết định đúng đắn, và hãy ngắt đoạn một chút. Bạn cần những người đã tưởng tượng ra hình ảnh. Và nếu mọi việc diễn ra đúng như vậy thì không gì có thể cản trở được công việc của họ trong kinh doanh theo mạng

Còn nếu không, thì chẳng có sự nịnh bợ, thuyết phục hay cưỡng bức nào có thể cho bạn một phân phối viên mới. Họa may thì cũng có một ai đó sẽ mua tất cả các tư liệu làm việc cần thiết cho phân phối viên để thoát khỏi bạn, còn sau đó sẽ vứt chúng vào một xó xỉnh nào đó cho khuất mắt họ. Trường hợp tồi tệ nhất là người bạn tốt hay người thân của bạn sẽ tẩy chay, xa lánh bạn

Tóm lại, tôi mong bạn đừng trở thành nạn nhân có ý nghĩ sai lầm rằng, những buổi giới thiệu đẹp mắt và tài năng hay những lời thuyết

phục của bạn sẽ giúp bạn tạo dựng được một mạng lưới lớn – điều đó sẽ chẳng xảy ra đâu. Bạn sẽ chỉ vác váo thân một tá các phân phối viên tầng một ăn không ngồi rồi.

Bạn càng bỏ ra nhiều nỗ lực để ký ai đó bao nhiêu thì những nỗ lực này càng khó sao chép bấy nhiều. Tốt hơn cả là bạn hãy chú ý nhiều hơn tới buổi giới thiệu được tổ chức đúng bài bản với sự nhiệt tình thành thật. Bạn hãy **"mở"** mọi người ra, chứ đừng **"rút ruột"** họ, khi đó công việc kinh doanh lợi nhuận và đang phát triển của bạn sẽ mang lại cho bạn niềm vui

Còn bây igờ chúng ta hãy cùng quay trở lại đề tài với những lời từ chối và không quên tất cả những điều vừa nói trên. Bạn hãy nhớ rằng, chúng ta không bao giờ ép buộc anh cả. Mục đích của chúng ta là xác định xem đâu là lời từ chối, đâu là lời yêu cầu về việc cung cấp thông tin bổ sung

Nếu có ai đó nói với bạn rằng, anh ta rất yêu công việc của mình và kiếm được nhiều tiền anh ta quá bận bịu để bắt đầu sự nghiệp kinh

doanh mới của riêng mình – có thể anh ta nói đúng. Bạn hãy tìm hiểu xem anh ta có quan tâm đến sản phẩm hay không và hãy để yên anh ta ở đấy. Còn nếu có ai đó đưa ra một đống ý kiến phản đối bạn, đặc biệt là ở dạng câu hỏi – điều đó có nghĩa là, anh ấy (cô ấy) đang rất quan tâm đến chương trình của bạn và chỉ cần khẳng định thêm một lần nữa rằng, đó là một quyết định đúng đắn. Những câu hỏi kiểu như “Cần có bao nhiêu tiền để khởi nghiệp?”, “Tôi sẽ tìm ở đâu ra bằng đấy người?”, “Hình thức kinh doanh này có hợp pháp không?” là những minh chứng về sự quan tâm của mọi người và chúng cần phải được xem là khả quan

Một chuyên viên kinh doanh theo mạng tên là Toni Reghina khẳng định 90% những gì mà phân phối viên nghe thấy là ý kiến cá nhân, và chỉ có 10% là hiện thực. Nếu bạn đã nghe thấy một ý kiến cá nhân thì bạn đã đến lúc phải cho họ biết hiện thực

Đừng bao giờ, đừng bao giờ tranh cãi với ứng cử viên. Trong cuộc tranh luận sẽ không

có người chiến thắng. Nếu trong cuộc tranh luận bạn thắng cuộc, bạn sẽ mất đi một phân phối viên. Như vậy, nếu có ai đó nói với bạn về ý kiến của mình mà không bác bỏ ý kiến của bạn thì bạn hãy nói một cách đích đáng cho họ biết hiện thực là như thế nào. Chúng ta hãy cùng xem xét các ví dụ.

Nếu có ai đó nói bạn: “kinh doanh theo mạng là bất hợp pháp!”, bạn phải trả lời rằng “Tôi rất vui mừng là bạn đã nhắc đến đề tài này. Lúc đầu tôi cũng đồng quan điểm với bạn, cho nên tôi đã tự điều tra cho mình. Tôi phát hiện ra rằng, kinh doanh theo mạng là một ngành kinh doanh có doanh thu hàng năm là 60-70 tỷ đô la, ngành kinh doanh này hợp pháp không chỉ trên toàn 50 bang ở Mỹ mà còn được luật pháp của 75 nước trên thế giới chấp nhận”

Nếu người ta nói với bạn rằng: “Sản phẩm này không có hiệu quả”, thì bạn hãy lịch sự cho anh ta xem những bản quyết toán và các giấy tờ chứng minh tính hiệu quả của sản phẩm. Bạn có thể đưa ra những ví dụ từ thực tế của cá nhân bạn

Như vậy, trên thực tế ban đầu chúng ta tiếp nhận những lời phản đối thắc mắc và sau đó trả lời chúng. Đừng sợ phải tiếp nhận lời từ chồi. Bạn hãy nói như thế này: "Tôi hiểu những **cảm nhận** của bạn. Trước đây tôi cũng đã từng **có những cảm nhận** như thế. Và tôi đã **phát hiện ra** rằng …"

Bằng cách đó bạn sẽ xác định được ứng cử viên thực sự từ chối hay họ cần bạn cung cấp thông tin bổ sung. Hoặc có thể có những nhân tố bên ngoài mà anh ta không nói với bạn đã tác động lên anh ta. Mỗi lần khi ứng cử viên của bạn nói với bạn rằng" Tôi cần phải suy nghĩ một điều" thì có thể có nghĩa là "Tôi cần biết, trong thẻ tín dụng của tôi còn bao nhiêu tiền" hoặc "Nếu tôi không hỏi ý kiến vợ tôi thì bà ấy sẽ giết tôi mất" Cho nên, phương án tối ưu nhất là tiếp nhận bất kỳ lời phản đối nào và nói cho họ biết hiện thực. Nếu ứng cử viên cần thời gian để suy nghĩ thì hãy cho anh ta thời gian đó.

Phương thức hữu hiệu nhất để bác bỏ những lời phản đối, dị nghị là trả lời trực tiếp

những thắc mắc đó ngay trong buổi giới thiệu trước cả khi chúng nảy sinh. Nếu có một lời dị nghị được nhắc đi nhắc lại nhiều lần, thì hãy cho câu trả lời vào buổi giới thiệu của mình. Ví dụ:

Một trong những thắc mắc phổ biến nhất – đó là rất nhiều người đinh ninh rằng họ không có đủ thời gian cần thiết cho kinh doanh. Chính tôi cũng đã từng nghĩ như thế. Nhưng tất nhiên sau đó tôi đã hểiu ra rằng, nếu tôi không dành ra được 2 năm – thì tôi sẽ chẳng bao giờ có được một tí thời gian rỗi rãi nào cả. Vì thế tôi nhắc đến điều bày trong buổi giới thiệu của mình. Vào thời điểm xác định nào đó tôi luôn nói; "Khi tôi mới lần đầu tiên được nghe đến kinh doanh thì tôi, một anh chàng ngu ngốc, đã nghĩ rằng, tôi không có thời gian làm việc đó. Bạn có thể tin được không? Lúc đó tôi nghĩ rằng mình rất bận rộn. Và tất nhiên là lúc đó tôi là một kẻ luôn thất bại bận rộn". Bạn có trả lời một câu tương tự như vậy cho tất cả những thắc mắc ("Lúc đầu tôi cũng nghĩ là sản phẩm này đắt. Nhưng sau tính toán lại …")

Khi đã giải đáp tất cả những thắc mắc

ngay trong buổi giới thiệu bạn sẽ không gặp lại chúng ở quá trình tiếp theo nữa. Điều đó cũng sẽ thúc đẩy quá trình lựa chọn ứng cử viên và đỡ đầu họ tiến triển nhanh hơn. Tôi muốn trả lời tất cả mọi thắc mắc, nhưng tôi sợ là tôi làm không xuể. Vì mỗi Công ty đều có nét đặc trưng của mình, nhưng nếu hàng tháng bạn gặp gỡ và hỏi han, học tập những lời từ chối mà bạn thường gặp nhất.

Thế nếu ứng cử viên của bạn vẫn không muốn tham gia vào chương trình thì? **Bạn hãy cảm ơn anh ta và tiếp tục công việc của mình.** Nếu bạn đã cung cấp cho anh ta (cô ta) tất cả các thông tin cần thiết để đi đến một quyết định và anh đã quyết định như thế, thì hãy coi trọng và đánh giá cao sự lựa chọn này. Đừng cố tranh luận hoặc cưỡng ép.

Nếu áp dụng phương pháp này, bạn sẽ nhận thấy rằng, sẽ rất ít người muốn trở thành phân phối viên. Nhưng chính số ít này sẽ nghiêm túc làm công việc của mình và cuối cùng trong nhóm của bạn sẽ có hàng nghìn phân phối viên.

Và điều cuối cùng. Yếu tố quan trọng nhất trong quá trình tiến hành xây dựng sự nghiệp kinh doanh: học được cách tổ chức buổi giới thiệu càng nhanh càng tốt. Trong tương lai bạn sẽ không bao giờ có thể xây dựng được cho mình một mạng lưới và được mọi người trong mạng lưới sao chép, nếu bạn chỉ trông chờ vào các cuộc họp và vào người đỡ đầu của bạn, người mà sẽ tiến hành buổi giới thiệu thay cho bạn. Bạn sẽ chẳng có thời gian để đợi đến ngày người ta tổ chức những cuộc họp lớn. Những cuộc họp này được tổ chức cách nhau 7-14 ngày và trong khoảng thời gian đó bạn có thể mất hết các ứng cử viên của mình. Bạn hãy tổ chức các buổi giới thiệu trước gương, trước cái ghế hay trước một con cún, kiểu gì thì kiểu bạn cũng nên tập xong cành nhanh càng tốt. **Trong lĩnh vực kinh doanh này người chiến thắng là người tổ chức được nhiều buổi giới thiệu nhất.**

Một buổi giới thiệu trong một tuần hoặc hai buổi trong tháng - đó không phải là công việc mà chỉ là thú vui làm lúc rãnh rỗi.

Nếu bạn nhất định muốn thành công thì thậm chí nếu là một người bận rộn, bạn cũng hay tổ chức 3-5 buổi giới thiệu một tuần. Bạn đừng quên rằng trong một buổi giới thiệu bạn có thể tổ chức trên một buổi giới thiệu "một chọi một". Bạn chỉ cần nhớ rằng, **một phân phối viên tổ chức nhiều buổi giới thiệu kém hiệu quả cũng sẽ đạt được thành công lớn hơn một phân phối viên luôn chờ đợi khoảnh khắc hạnh phúc của mình.**

Nếu bạn lúng túng chút ít trong buổi giới thiệu, thì cũng đừng chùn bước. Bạn hãy cố gắng tăng nhịp độ lời nói, nói cao giọng hơn và hãy tạo ra một sự tự tin hơn cho lời nói của mình. Nhiệm vụ số một của bạn bây giờ là xác định xem; họ có ước mơ hay không, hoặc thức tỉnh những ước mơ dường như đã bị lãng quên trong họ. Họ sẽ còn được chứng kiến buổi giới thiệu tuyệt vời trong cuộc họp tại nhà hay trong cuộc họp mở rộng của riêng mạng lưới. **Nhưng trong thời điểm này bạn cần phải đưa họ vào công việc của "dãy chuyền"**

Chỉ cần bạn cho họ thấy rằng vẫn có cuộc sống tốt đẹp hơn chờ đón họ, thì họ sẽ quên tất cả các lý lẽ thoái thác của mình. nếu họ cần một cuộc sống tốt đẹp hơn, họ cần phải tiến theo "dãy chuyền" để thực hiện những ước mơ của mình. Nếu bạn luôn luôn ấn định được các buổi gặp lần sau và thường xuyên tổ chức các buổi giới thiệu, thì cuối cùng bạn sẽ giành được thắng lợi

Và cuối cùng tôi muốn nói rằng; như các bạn đã biết, tôi phản đối việc ép buộc mọi người. Nhưng đôi khi chính bạn lại phải đặt dấu chấm hết. Đừng sợ phải hỏi ứng cử viên rằng anh ta thích phương án nào hơn

Còn bây giờ chúng ta cùng xem xét đặc điểm của quá trình tiến hành các buổi gặp gỡ tại nhà và tại khách sạn cùng với sự khác nhau giữa chúng….

CHƯƠNG X

TỔ CHỨC NHỮNG CUỘC GẶP HIỆU QỦA VÀ SINH ĐỘNG

Chúng ta hãy thử xác định mục đích duy nhất của việc tổ chức các cuộc gặp mặt. Rất đơn giản – đó là phải ấn định cuộc gặp mặt tiếp theo. Cuộc gặp được coi là thành công, không phải khi một loại sản phẩm nào đó được bán ra, hay một nhà phân phối mới ký hợp đồng, mà là khi **ấn định được buổi gặp tiếp theo.** Ở mỗi giai đoạn, khi lựa chọn những ứng cử viên có triển vọng hoặc là khi "ghi tên" họ, bạn phải đánh dấu ngày tháng trên lịch cho buổi gặp gỡ lần sau.

Bạn hãy đưa cho ứng cử viên tập thông tin sơ bộ và hẹn gặp lãi sau 58 tiếng đồng hồ.

Nếu thông tin này đã hấp dẫn ứng cử viên, bạn hãy ấn định thời gian để tổ chức buổi giới thiệu

Sau khi kết thúc buổi giới thiệu bạn hãy

giao cho ứng cử viên tập tài liệu về nhà nghiên cứu. Nếu anh ta cảm thấy thích ý tưởng nhưng cần thời gian để suy nghĩ, thì bạn hãy hẹn gặp anh ta lần thứ hai

Nếu sau buổi gặp lần hai anh ta (cô ta) đã thấy hấp dẫn, nhưng chưa sẵn sàng ký hợp đồng, thì bạn hãy đưa cho anh ta tập thông tin sơ bộ và ấn định buổi gặp tiếp theo.

Bạn đã hiểu cơ cấu của công việc chưa? Sau buổi giới thiệu chỉ có kẻ ngu dại mới ngồi chờ điện của những người có nhu cầu ký hợp đồng.

Trong mỗi giai đoạn của quá trình, chính bạn phải là người điều khiển tình hình.

Gặp gỡ là một phần quan trọng trong quá trình. Buổi giới thiệu có tác động mạnh mẽ – đó không chỉ đơn thuần là vẽ ra những "hình tròn thành công" hoặc trở về nhà cùng với một đội phân phối viên mới ký hợp đồng và đang khao khát được làm việc ngay lập tức. Giá trị của buổi

giới thiệu là ở công tác chuẩn bị chu đáo, nó được tạo ra rất lâu trước khi ứng cử viên đến dự cuộc gặp. Chúng ta hãy cùng tìm hiểu xem cần phải làm những gì.

DÀNH CHO CÁC CUỘC GẶP TẠI NHÀ

Chúng ta sẽ bắt đầu từ những gì bạn phải làm để tổ chức một cuộc gặp tại nhà bạn. Bạn hãy nhớ rằng bạn sẽ phải rèn luyện việc này cho những người trong mạng lưới của bạn khi nào đến lượt họ phải tổ chức các buổi gặp mặt

Trước khi họp, bạn phải kiểm tra xem đã có đủ các dụng cụ như bút phớt, bảng nhựa và tấm mút lau bảng chưa. Bạn nên đặt bảng ở giữa nhà, cách xa cửa ra vào để những người đến muộn không làm gián đoạn buổi giới thiệu. Nếu bạn bố trí bảng ở trước cửa sổ, thì bạn nên kéo kín rèm để mọi người không bị mất tập trung.

Trước khi bắt đầu giới thiệu, tôi đề nghị chủ nhà phải kiểm tra xem có đúng là bọn trẻ đang đi chơi với bà bảo mẫu không, có đúng là đã

nhốt gia súc và đã ngắt điện thoại từ 5 giời chiều hay chưa. Điều này rất cần thiết để đến phút chót, ứng cử viên không thay đổi ý định và gọi điện đề nghị hoãn cuộc gặp. Ngoài ra bạn không được quên làm như sau: đọc địa chỉ cụ thể, chính xác cho mỗi người mời. Không nên nói: "Đi hết ngôi nhà màu xanh rồi rẽ và đi về phố dưới qua 2-3 dãy nhà tập thể nữa". Mà thay vào đó bạn phải nói: "Đến Elm – Street rồi rẽ phải. Đi đến cột đèn thứ hai, lại rẽ phải tiếp, tức là đi đến trường Fleming – Road". Tại các cuộc họp lớn tại nhà, bạn nên bố trí một người đón khách và hướng dẫn chỗ đỗ xe.

DÀNH CHO CÁC CUỘC GẶP TẠI KHÁCH SẠN

Nếu bạn muốn tổ chức cuộc họp tại một nơi công cộng, việc lựa chọn đúng địa điểm là rất quan trọng. Phương án tốt nhất là chọn hội trường trong khách sạn, vì chúng được bố trí rất tiện nghi, tạo bầu không khí ấm cúng ngoài ra trước cửa khách sạn còn có bãi đỗ xe và bên trong khách sạn thì có tất cả những tiện nghi cần thiết.

Bạn nên chọn khách sạn thuộc hạng nhất như MARRIOTT, HILTON và HYA INN – đó là kiểu khách sạn bạn cần, và bạn đừng ham của rẻ tiền như kiểu khách sạn HOWARD JOHNSON hoặc HOLIDAY INN. Các ứng cử viên của bạn sẽ tiếp nhận chương trình của bạn trên nền tảng được bài trí xung quanh. Tất cả những gì bạn giới thiệu với các ứng cử viên của bạn đều phải được tiến hành ở mức độ siêu phẩm và chuyên nghiệp.

Bạn hãy đích thân đến tham quan khách sạn và đánh giá vị trí để tổ chức buổi gặp mặt. Tấm thảm, giấy dán tường, phông màu đều phải sáng và hấp dẫn. Bạn hãy tránh những phòng xây theo kiểu “Barôccơ” với cách trang trí tối mầu. Trần nhà phải cao vì trong phòng có trần thấp thì bạn sẽ không có được hiệu quả như ý muốn. Bạn nên lưu tâm đến việc trả tiền bãi gửi xe. Một vài khách sạn đòi tới 10 đô la và còn cao hơn cho mộ xe đổ, một vài khách sạn lại cho đỗ xe không mất tiền. Giá tiền gửi xe cao có khi không vừa thúi nhiều khách mời. Bạn phải tìm hiểu cả giá thuê micrô, màn chiếu, các thiết bị nghe nhìn mà bạn

định sử dụng. Nhiều khách sạn sẽ muốn bán cho bạn tất cả những đồ dùng cấn thiết, vì vậy có thể bạn sẽ phải trả không chỉ tiền thuê hội trường. Nói chung tất cả những dụng cụ cần thiết sẽ được rẻ hơn. Nếu biết bạn cần màn chiếu hoặc bảng viết, có những khách sạn sẽ đòi bạn tới 50 đô la để mua nó, ngay cả khi nó được ghép vào tường phòng.

Nhưng bạn có thể thỏa thuận giá thuê hội trường. Bạn đứng bao giờ trả cả số tiền họ hét. Đó là lời khuyên cho những ai không biết giá cả. Bạn hãy giải thích cho nhân viên hành chính là bạn sẽ thường xuyên thuê hội trường ở đây. Nếu họ đòi 400 đô la, bạn phải nói là bạn chỉ có 150 đô la thôi và hãy hỏi xem họ có hội trường nào có thể cho thuê với giá tiền này. Trong phần lớn các trường hợp bạn có thể thỏa thuận với giá 200 đô la. Đó là giá chính gian phòng mà lúc đầu họ đòi 400 đô la. nhưng nếu bạn sẽ thường xuỳên tổ chức các cuộc họp, bạn có thể thỏa thuận với giá 100 đô la hoặc 125 đô la cho gian phòng mà họ đòi hỏi tới 300-400 đô la.

Chúng ta hãy tìm hiểu xem căn phòng cần phải được bố trí như thế nào. Nếu có thể bạn hãy đặt màn chiếu hoặc bảng viết lên bệ cao. Như vậy người phát biểu sẽ cảm thấy tự tin hơn và người nghe sẽ có thể quan sát một cách tổng thể hơn. Bạn hãy được nó ở vị trí đối diện với cửa ra vào, để những người đến muộn không làm các thính giả mất tập trung. Nếu không có gì khó khăn, bạn hãy treo phù hiệu hay biểu tượng của Công ty bạn bên ngoài cửa ra vào. Hãy trưng bày trên bàn các sản phẩm của Công ty bạn trông cho thật hấp dẫn. Nhưng đừng bày biện lên bàn những cái hộp rỗng tuếch và đã nhợt màu. Bàn trưng bày trông phải đồ sộ, rực rỡ và có sức thu hút. Tất cả phải được sắp xếp một cách chuyên nghiệp. Nếu bạn bố trí thêm được một chiếc bàn nhỏ có tên gọi là "thịnh vượng" thì rất tốt, nhưng không phải trưng bày sản phẩm nữa mà là bạn bày những tờ quảng cáo ô tô, các chuyến du lịch, ảnh của những người đã gặt hái được nhiều thành công. Nếu Công ty bạn có chương trình tặng thưởng hoặc là có. Câu lạc bộ thượng lưu thì cũng phải bày những cuốn sách nhỏ giới thiệu về

chúng lên bàn. Bạn có thể đặt tất cả những thứ đó trên một chiếc bàn cũng được, tùy ý bạn.

Bạn hãy đặt số ghế cho ¾ khách mời. Những chiếc ghế còn lại hãy để sang phòng bên, để khi cần thiết có thể nhanh chóng đem nó sang hội trường, bởi vì không nên để ghế trống trong buổi họp. **Phòng càng đông người thì xác suất là nhiều ứng cử viên sẽ tham dự chương trình của bạn càng cao.** Căn phòng nhỏ đông người chen chúc còn hơn là gian phòng lớn mà vắng người.

Bạn phải đến sớm để kiểm tra các thiết bị audio và video. Hãy chuẩn bị bóng đèn chiếu dự bị, chỉnh độ âm thanh micrô vừa đủ nghe. Một tiếng đồng hồ trước khi cuộc họp bắt đầu bạn hãy sưởi ấm căn phòng lên đến 65 độ Farangate. Không khí trong phòng man mát một chút, để khi khách đến đông đủ, nhiệt độ trong phòng sẽ lên đến mức trung bình. **Nếu nhiệt độ không dung hòa, buổi giới thiệu của bạn chỉ có thất bại mà thôi.** Vấn đề ánh sánh cũng vậy. Bạn phải kiểm tra xem phòng đã đủ sáng sủa hay chưa.

Bạn hãy bố trí một chiếc bàn đăng ký ở gian ngoài để những người đến muộn không quấy rầy. Hãy lập danh sách những người có mặt và những người đã mời họ. Mỗi người phải có tấm thể thẻ ghi tên đeo ở ngực. Các nhà phân phối phải đeo huy hiệu có biểu tượng của Công ty mình và cả huân chương nữa.

Còn bây giờ chúng ta cùng bàn xem bạn nên đưa những ai vào đội ngũ của mình. Đó phải là những người thông minh nhất, tài giỏi nhất. Bạn hãy yêu cầu họ có mặt tại nơi gặp 90 phút trước khi bắt đầu. Đội ngũ này gồm có người đón khách tại cổng vào, người đăng ký những khách mời đã đến và những người phụ trách âm nhạc, trưng bày và thiết bị. Bạn hãy chọn những người khả ái nhất giữ những trọng trách này. Một kẻ bất khả ái ở đây có thể chấm dứt con đường công danh của ai đó ngay từ đầu khi nó bắt đầu.

Trước khi họp 45 phút bạn hãy cho quay nhạc nổi tiếng hiện thời. Ngay sau khi họp xong, bạn hãy mở băng khác. **Nghiên cứu đã cho thấy là người tiêu dùng tăng tính tích cực mua sản**

phẩm lên tới 15% do tác động của âm nhạc. Bạn có để ý rằng chúng ta vẫn chưa đi vào bàn bạc nội dung cuộc gặp không? Bởi tất cả những gì bạn làm trước khi bắt đầu buổi gặp gỡ cũng không kém phần quan trọng so với chính buổi gặp. **Những việc này rất quan trọng!**

Đây là bản kê khai vắn tắt những việc bạn phải làm trươc mỗi buổi họp:

- Trước khi buổi họ bắt đầu một tiếng, hãy bật máy sưởi và để nhiệt độ ở mức 65 độ Farengate

- Kiểm tra các thiết bị audio và video

- Chuẩn bị một chiếc bàn "triển lãm" với các mẫu sản phẩm

- Bật nhạc từ 45 phút trước khi cuộc họp bắt đầu

- Đừng quên bật băng sau khi buổi họp kết thúc

- Theo dõi để tất cả những ai có mặt đều phải đeo thẻ có tên mình vào ngực

- Bố trí chỗ đăng ký khách mời

- Kiểm tra xem trong đại sảnh của khách sạn có dán thông báo về thời gian và địa điểm tổ chức cuộc gặp hay không

- Kiểm tra ánh sáng

- Treo biểu tượng và huy hiệu của Công ty ở nơi dễ trông thấy

- Kiểm tra micrô và chỉnh độ âm thanh

- Dành chỗ để trưng bày sản phẩm

Còn bây giờ chúng ta hãy đi vào nội dung cơ bản của cuộc gặp. Họp ở nhà và họp ở khách sạn chỉ có đôi chút khác nhau. Bạn luôn luôn phải khai mạc đúng giờ. Nếu cuộc họp được ấn định vào lúc 7h30 phút thì không được bắt đầu sau 7h35 phút. Nếu bạn cố đợi mọi người đến đông đủ, thì dần dần họ sẽ quen đi và càng ngày cuộc họp

càng được bắt đầu muộn hơn. Những người giữ vai trò đỡ đầu và gặt hái doanh nghiệp hoặc thành đạt đều là những người luôn luôn có mặt đúng giờ. Bạn không nên điều chỉnh lại buổi họp cho phù hợp thời gian với những người bị kẹt xe ở giữa đường, phàn nàn về giao thông trên đường phố và viện ra hàng trăm lý do khiến họ không thể đến đúng giờ.

Một trong những phương án mà tôi thường bắt đầu cuộc họp tại khách sạn là để cho 3-4 "viên đạn" lên phát biểu, tức là 3-4 phân phối viên lên nói vài giời thiệu sôi nổi trong 1-2 phút

Ví dụ:

"Xin chào, tôi là Jim Smith. Cách đây 2 tháng tôi mới bắt đầu làm kinh doanh và mạng lưới của tôi đang phồn thịnh"

"Xin chào, tôi là Joe Johnson. Tôi là một luật sư khá thành đạt, nhưng tôi đã bị thuyết phục bời khả năng có thể ngừng làm việc sau 2-4 năm"

Sau phần trình diễn của các "viên đạn", người dẫn chương trình sẽ phải cầm cân nảy mực. Anh ta phải bắt đầu bằng lời chào thân mật và phải có những kỹ xảo của một nhà diễn thuyết chuyên nghiệp. Điều này rất cần thiết để giải tỏa tâm lý căng thẳng cho mọi người, hướng họ tập trung vào cuộc thảo luận và tạo bầu không khí thoải mái

Còn bây giờ sẽ là vài lời về bản thân buổi giới thiệu. Ở đây có thể có 2 phương án; bài giới thiệu gây ấn tưởng của một hoặc vài thủ lĩnh. Nếu chỉ có một nhà hùng biện phát biểu thì anh ta (cô ta) phải thật **năng động.** Một phương án khác là: có 3-4 nhà hùng biện trình bày từngp hần cụ thể của quá trình giới thiệu. Phương án này tốt hơn rất nhiều,vì nó bao gồm sự tham gia của nhiều người và có nhiều khả năng giữ tập trung cho cả hội trường hơn. Mục đích cuộc họp nhằm trình bày cả 5 bước của quá trình mà chúng ta đã thảo luận ở chương nói về các buổi giới thiệu:

1. Hãy mô tả cho họ ý tưởng về sự tồn tại của phong cách sống

2. hãy giải thích cho họ biết điều đó chỉ có thể đạt được trong kinh doanh theo mạng

3. Hãy nêu lên những ưu thế riêng của Công ty bạn

4. Hãy giới thiệu qua cho họ về sản phẩm

5. Hãy cho họ thấy, rất tiện lợi và dễ dàng bắt đầu sự nghiệp kinh doanh ngay từ lúc bây giờ.

Trong lúc này bạn đừng quên nhắc đến mạng lưới của bạn, việc đào tạo mà Công ty đảm nhiệm, đến những bí quyết để thành công v. v… Ứng cử viên của bạn sẽ muốn biết: “Ngành kinh doanh này có thực không?” hoặc là “Tôi có thể làm được việc đó không?”. Hoặc là những “viên đạn”, hoặc là những thủ lĩnh chuyên nghiệp phải trả lời tất cả những thắc mắc này. Trọng tâm của buổi giới thiệu phải là lợi ích của ứng cử viên chứ không phải là của các thủ lĩnh và Công ty. Khi giải thích cho họbiết sơ đồ kinh doanh, bạn không

nên nói: "Ở tầng này chúng tôi trả 5%... " hoặc là "Chúng tôi có quỹ ô tô …" Tốt hơn là bạn hãy nói: "Bạn có thể kiếm ra tiền như thế đấy …", "Bạn có thể được không một chiếc xe ô tô như vậy"

Cuối cùng cứ để cho nhà hùng biện mời mọi người tham gia vào tổ chức. Bạn hãy nêu ra lý do tại sao phải tham gia ngay bây giờ, và hãy giải thích kỹ lưỡng cho họ biết nên bắt đầu như thế nào. Bạn hãy giới thiệu với họ những nhà phân phối lớn tuổi hơn cũng đang có mặt trong buổi họp, những người sẽ giải đáp tất cả những câu hỏi thắc mắc. Bạn hãy giải thích chức năng của tập thông tin. Lời lẽ của bạn phải thật thiết thực. Bạn hãy nổi nhạc lên và bắt tay vào "ký" những phân phối viên mới cho mình. Cuộc họp tại nhà cũng bao gồm hầu hết các thủ tục trên. Tuy vậy, bạn phải đưa vào một vài thay đổi. Chúng ta hãy cùng xem xét những thay đổi đó.

Trong cuộc họp tại nhà, chủ nhà không được đi qua đi lại vòng quanh trong nhà. Họ phải ngồi phía trước, ở giữa, và chăm chú lắng nghe người diễn thuyết. Nếu nảy sinh những vấn đề ở

bãi đổ xe thì bạn hãy thuê người giải quyết vấn đề này. Việc kinh doanh của bạn sẽ không có lợi nếu như hàng xóm không hài lòng với cảnh nhiều xe đỗ trước cửa sổ nhà họ. Bạn hãy đặt mục tiêu cho mình, sau mỗi lần tổ chức cuộc họp, dù là ở nhà hay ở khách sạn, bạn cũng không được làm thiệt hại đến môi trường hoặc gây phiền toái cho mọi người xung quanh.

Nếu bạn có đồ giải khát thì hãy giữ chúng đến cuối buổi họp. Nếu Công ty bạn sản xuất đồ ăn uống, bạn hãy mời khách nếm thử chúng trong giờ giải lao. Nếu Công ty của bạn không kinh doanh đồ ăn thức uống thì bạn hãy mời khách dùng những món ăn nhẹ, ví dụ như chips hoặc bánh quy. Tuyệt đối không được mời họ bánh nướng của nhà làm rồi lại bày lên đĩa sứ, bởi vì các vị khách của bạn có thể nghĩ rằng phải làm đúng như vậy trong những buổi giới thiệu và họ sẽ bắt chước bạn từ những việc nhỏ ấy.

Theo nguyên tắc, tại những buổi giới thiệu ở nhà chỉ được có một người giới thiệu. Người đỡ đầu của bạn có thể thay bạn giới thiệu, hoặc

là bạn có thể giới thiệu hộ các phân phối viên của bạn. Bạn cần phải giới thiệu người diễn thuyết một cách đích đáng, bởi vì việc đó rất quan trọng để tổ chức thành công buổi họp. Khi giới thiệu người diễn thuyết, bạn đừng quên nhắc tới 4 yếu tố cơ bản:

- Người diễn thuyết đã đạt được thành công trong kinh doanh

- Người diễn thuyết sẽ giải thích cho các ứng cử viên làm thế nào họ có thể thành công trong kinh doanh

- Người diễn thuyết là bằng hữu của bạn

- Bạn trong trạng thái **Rất Hưng Phần!**

Bây giờ chúng ta hãy lần lượt đi sâu vào những yếu tố vừa nêu

Giới thiệu cho khách mời biết là người sắp diễn thuyết đã thành đạt trong kinh doanh là rất quan trọng, bởi vì được biết trước điều đó, họ sẽ tập trung lắng nghe anh ta hơn. Bạn hãy giới thiệu

rằng người diễn thuyết sẽ bày cho họ cách đạt được thành công. Ngoài ra bạn hãy nói rằng người chuẩn bị diễn thuyết là người bằng hữu của bạn, vì như vậy bạn sẽ đề cao mình trước những ứng cử viên của bạn. Họ sẽ cảm thấy hài lòng được tham gia vào tổ chức của bạn, khi biết rằng bạn quen trực tiếp với nhà chuyên nghiệp tầm cỡ như vậy

Cuối cùng bạn hãy giải thích với họ rằng kinh doanh không phải là một ý tưởng trừu tượng, mà là **một lĩnh vực mới mà bạn đã hiến dâng toàn bộ bản thân cho nó và bạn rất khoái trá vì nó.** Bạn có thể nói thế này: "Chúng tôi thực sự trung thành với công việc này và muốn được chia sẽ với những người bạn tốt nhất của mình"

Còn bây giờ chúng ta cùng lùi lại vài bước và xem xét kỹ lưỡng một vài yếu tố quan trọng.

Các cuộc họp phải được diễn ra với nhịp độ nhanh, hấp dẫn, bài bản, có những hoặc thông tin, và phải vui vẻ nhộn nhịp. Tôi nghĩ là hầu hết những cuộc họp của bạn phải được tổ chức tại

nhà. Bản thân tôi chỉ tổ chức có hai cuộc họp tại khách sạn trong một tháng một trong hai cuộc họp đó là do người đỡ đầu đã bước lên những bậc cao nhất trong kinh doanh đứng ra đảm nhiệm. Đây là cuộc họp "gia đình" kín. Kín ở đây có nghĩa là chỉ có các thành viên của tổ chức (tức là gia đình) tham dự và những người khách mà họ mời đến. Những người ngoài cuộc không được mời và họ thậm chí không biết gì đến cuộc họp này cả.

Điều này tạo cơ hội cho thủ lĩnh của một lưới tổ chức cuộc họp quan trọng hàng tháng tiền lương, nhằm củng cố tinh thần cho mạng lưới của mình. Các cuộc họp kiểu này lại quá đồ sộ cả về số lượng lẫn khối lượng để có thể tổ chức tại nhà ai đó. Các thủ lĩnh trong kinh doanh theo mạng chỉ phải mời những ứng cử viên đã tham dự các buổi giới thiệu đầu tiên đến dự những cuộc họp tại nhà

Một cuộc họp hàng tháng cần được tổ chức nữa là cuộc họp "đan chéo" mở rộng tại khách sạn. Để tổ chức một cuộc họp như vậy cần có những thủ lĩnh kinh doanh theo mạng. Tham gia

vào buổi họp này phải là các chi nhánh khác nhau trong mạng lưới, và tại buổi họp phải có đông người để tạo nên ấn tượng mạnh mẽ cho những người mới.

Các cuộc họp nhỏ tại nhà dần dần sẽ được thay thế bằng những cuộc họp lớn tại nhà, rồi những cuộc họp lớn tại nhà sẽ biến thành những cuộc họp tại khách sạn và sau đó là biến thành những cuộc họp đan chéo lớn. Cơ cấu này cho phép các nhà phân phối càc ủ của mình đi qua tất cả các giai đoạn của quá trình đã được nêu ở các chương trước. Đây là trình tự làm việc:

- Buổi giới thiệu “ “một chọi một” hoặc là “hai chọi một”
- Gặp gỡ tại nhà
- Cuộc gặp gỡ gia đình (mà có thể được tổ chức ở nhà hay ở khách sạn tùy theo số lượng người tham dự) hoặc cuộc họp đan chéo mở rộng tại khách sạn

- Các cuộc họp lớn, hội nghị, đại hội

Chỉ nên mời những ứng cử viên đã làm quen với kiểu giới thiệu đầu tiên đến dự những cuộc họp lớn mở rộng. Như vậy là bảo đảm có những ứng cử viên có cách nhìn tích cực tới dự và không có những người mới được biết về kinh doanh theo mạng và về Công ty.

Có lẽ bạn đã nhận thấy là những cuộc họp lớn tại khách sạn đều do các thủ lĩnh kinh doanh theo mạng tổ chức. Điều này có hai lý do:

Thứ Nhất bạn điều khiển hệ thống bằng cách tổ chức cuộc họp theo một trật tự. **Người phát biểu trên sân khấu phải là người giữ vai trò quan trọng trong mạng lưới của bạn.** Những người duy nhất có quyền diễn thuyết trên sân khấu đó là những người đã xây dựng nên sự nghiệp kinh doanh lớn, hoặc đang trong quá trình xây dựng nó. Sau đây là lý do tại sao.

Những người diễn thuyết tại cuộc họp của bạn phải là những người có thành tích nhất định

trong kinh doanh. Bạn không muốn người lên sân khấu phát biểu với mọi người rằng ông ta đã tham gia vào tổ chức hồi tháng ba, rồi từ bỏ nó và đến tháng tư lại ra nhập lại, có đúng không? Hơn nữa, nếu người diễn thuyết không đủ kiến thức về hệ thống thì anh ta có thể sẽ có ảnh hưởng tiêu cực đến tổ chức của mình. Vì vậy người phát biểu phải là người đã xây dựng nên mạng lưới của mình (hoặc đang xây dựng nhờ hệ thống)

Thứ hai, các thủ lĩnh có kĩ năng chuyên nghiệp tổ chức các cuộc họp mở rộng. Trước khi đạt tới trình độ này họ đã tổ chức hàng trăm buổi giới thiệu. Họ biết cách thu hút và tập trung sự chú ý của công chúng. Họ là những người dí dỏm, họ hòa vào bài giới thiệu của mình những câu chuyện vui, những mẩu chuyện kể về các chiến công của họ. Những cuộc họp này rất ấn tượng và có hiệu quả cao, vì chúng được tổ chức không phải hàng tuần mà mỗi tháng chỉ một lần.

Tôi biết rằng nhiều người thích tổ chức các buổi họp tại khách sạn hàng tuần nhưng tôi không tán thành ý tưởng này. Kinh nghiệm của tôi cho

thấy, những người tổ chức các cuộc họp hàng tuần tại khách sạn phải tốn kém quá nhiều công sức để tạo ra một ảo tưởng của sự hoạt động nào đó. Mọi người trong mạng lưới của họ sẽ không học cách tự tổ chức buổi giới thiệu mà sẽ luôn luôn đợi đến cuộc họp tiếp theo. Cũng có thể thấy rằng các cuộc họp được tổ chức hàng tuần dần dần sẽ mất đi khả năng thu hút của mình, mất đi giá trị của mình và rốt cuộc là số người đến dự giảm đi nhiều. **Nếu cứ hàng tuần tổ chức cuộc họp thì mọi người sẽ cảm thấy nhàm chán,** kể cả khi người giới thiệu là một nhà hùng biện xuất sắc.

Và hơn nữa:

Có thể đây là điều kỳ quặc, nhưng bạn phải dạy những người của bạn đến dự cuộc gặp. Bạn hãy giải thích cho họ biết tầm quan trọng của những gì diễn ra trước và sau buổi họp.

TRƯỚC KHI BUỔI HỌP BẮT ĐẦU

Cách duy nhất cho phép bạn hoàn toàn tin

chắc rằng ứng cử viên sẽ đến dự buổi họp là bạn đến đón anh ta. Bạn có thể nói: “Nếu anh thấy tiện, tôi sẽ rẽ đến đón anh và chúng ta sẽ nói chuyện trên đường đi”

Bạn hãy đưa bạn bè của mình đến sớm hơn 30 phút trước khi cuộc họp bắt đầu để họ tìm được chỗ ngồi ở hàng trên. Khách mời càng ngồi gần người diễn thuyết bao nhiêu thì ấn tượng để lại trong họ sẽ càng sâu sắc bấy nhiêu. Bạn có thể giới thiệu ứng cử viên của bạn với những người quen. Bạn hãy làm quen anh ấy với người đỡ đầu của bạn và các thủ lĩnh khác có mặt tại buổi họp hoặc làm quen anh ta với những phân phối viên trước đây đã từng làm nghề giống anh ta. Nhưng cái quan trọng nhất là nhất định bạn phải giới thiệu anh ấy với người diễn thuyết sẽ dẫn buổi giới thiệu hôm đó. Như vậy, sau khi làm quen, ứng cử viên mới của bạn sẽ không nhìn vào người diễn thuyết như vào người không quen biết đang cố bán cho anh ta lọai hàng nào đó, mà sẽ nhìn vào ông ấy như vào người bạn mới đang muốn báo cho anh ta một điều gì đó mới mẻ.

SAU KHI BUỔI HỌP KẾT THÚC

Sau khi buổi họp kết thúc, bạn hãy bố trí một cuộc thảo luận về những gì vừa được trình bày. Bạn hãy giải đáp tất cả những thắc mắc của các ứng cử viên, bạn hãy hỏi xem họ đã sẵn sáng hợp tác với bạn chưa. Nếu họ chưa sẵn sàng hợp tác thì bạn hãy đưa cho họ “Tập thông tin về nhà” và hãy ấn định thời điểm gặp gỡ lần sau. Bạn hãy nêu ra cho họ những yếu tố quan trọng khác.

Những thông tin bổ sung liên quan đến cuộc họp mà bạn phải báo cho các phân phối viên của mình

1. Phân phối viên rất cần phải có mặt trong tất cả các buổi họp, bất kể anh ta đến cùng với người mới hay đến **một mình**

2. Không tiếc rẻ những tràng vỗ tay và những nụ cười

3. Phân phối viên phải ăn mặc theo phong cách làm việc (nếu như họ nói là bạn bè của họ

không quen với kiểu ăn mặc trịnh trọng, bạn hãy giải thích cho họ rằng chính vì vậy những người bạn này phải tham gia kinh doanh

4. Không được cho phép khách mời mang theo đồ ăn, kẹo cao su hay nước uống

5. Hãy khuyến khích họ tham gia vào cuộc thảo luận về đề tài "ước mơ" mà nhà diễn thuyết đề cập đến, vì tự các ứng cử viên có khi không dám làm việc đó

6. Nếu nhà tổ chức phát cho khách mời xem những mẫu hàng, bạn cũng nên cầm lấy một loại mẫu cho dù bạn đã nhìn thấy nó rất nhiều lần. Nếu bạn không cầm thì tất cả những người có mặt sẽ nhận thấy là chỉ có khách mời mới lấy xem những mẫu này. Và nếu trong hội trường có nhiều phân phối viên mà ít khách thì những người khách mời sẽ cảm thấy ngại ngùng và họ sẽ cảnh giác đề phòng.

7. Hãy giải thích với mọi người rằng sự có mặt của cả hai vợ chồng trong buổi giới thiệu có ý nghĩa quan trọng như thế nào. Họ phải quan sát mọi người,để ý xem những ai quan tâm đến kinh doanh nhiều nhất và ai mơ ước gì

Bây giờ chúng ta hãy bàn về thời gian kéo dài của buổi gặp. Tất nhiên, vấn đề này còn phụ thuộc vào cách bạn tổ chức buổi giới thiệu bình thường. Tôi dẫn ra cho bạn một ví dụ, tôi thường làm như thế nào để bạn có thể áp dụng được kinh nghiệm của tôi

Mặc dù tôi thường tổ chức buổi giới thiệu bình thường ở tất cảc các cuộc họp, buổi giới thiệu ""một chọi một" của tôi dài 30-40 phút, cuộc họp tại nhà thì chiếm 65 phút, còn cuộc họp lớn tại khách sạn thì kéo dài khoảng 2 tiếng. Sau đây là nguyên nhân tại sao.

Như tôi đã nói ở trên, tôi tổ chức buổi giới thiệu ""một chọi một" theo phương án rút ngắn. Tôi bỏ qua thông tin về hệ thống kinh tế đương

thời kém hiệu quả để ứng cử viên không thủ thế đề phòng

Trong cuộc gặp tại nhà tôi giới thiệu toàn bộ chương trình đầy đủ

Trong cuộc gặp lới tại khách sạn tôi cũng giới thiệu đầy đủ nhưng có đi vào nhiều chi tiết và thêm vào nhiều câu đùa vui, nhiều câu chuyện kỳ thú. Khi chuẩn bị cho cuộc họp lớn tại khách sạn, tôi được dự định sẽ làm cho công chúng vui vẻ một trận cho sướng đời. Đó phải là một sự thực! và càng đông người thì càng vui. Tôi thường đùa nhiều về việc kiếm tiền như thế nào, nghỉ ngơi trên máy bay hạng nhất ra sao và thoát nợ khỏi đồng hồ báo thức như thế nào. Khi đông người, những câu chuyện đùa đó sẽ thành công. Mọi người sẽ nghĩ rằng tôi là một tay khôi hài bất trị. Nhưng nếu tôi cũng bày ra những trò đùa tương tự như vậy trong cuộc họp nhỏ tại nhà thì mọi người sẽ coi tôi như một kẻ vị kỷ tự phụ. Mọi người nhìn sẽ tôi và nghĩ: “Nhìn kìa, hắn ta yêu bản thân mình đến nhường nào!”. Còn trong những buổi họp lớn, tiềng cười vui và tinh thần phấn chấn

của một số người này sẽ”lây lan sang tất cả những người khác và tất cả sẽ thấy hài lòng về buổi họp.

Bạn hãy tự giải thích cho mình rằng cuộc họp tại nhà và tại khách sạn về cơ bản là giống nhau. Chỉ khác là tại các cuộc họp ở khách sạn có nhiều những câu bông đùa những mẫu chuyện lý thúh ơn. Cũng như ở buổi giới thiệu:“một chọi một”, nhưng ở đây tôi lưu ý nhiều hơn đến các vấn đề mà người nghe có thể quan tâm tới

Công việc cơ bản thường được làm ngay trong buổi giới thiệu. Cuộc họp chỉ là động lực thúc đẩy cho buổi giới thiệu. Nhưng trước khi kết thúc đề tài này, chúng ta hãy bàn về một vấn đề mà nhiều người quan tâm. Họ kêu ca về thái độ hoàn nghi của ứng cử viên, về phong cách lỗi thời của các cuộc gặp, về việc mọi người không muốn dự họp.

Thực tế không phải như vậy. Tuy nhiên mặt khác, nếu bạn tiến lại chỗ người lạ đầu tiên mà bạn gặp trên đường và đề nghị ông ta gặp bạn

vào lúc 7h30 phút chiều ngày thứ ba tại khách sạn thì chắc chắn là ông ta sẽ hét lên và chạy biến mất

Còn đây là những việc bạn không nên làm…

Bạn có nhờ là chúng ta đã nói rằng bạn chỉ được dẫn những người đã được chuẩn bị đến dự cuộc họp mở rộng không? Thường thì nếu một người đầu óc bình thường được một người không quen biết mời đến dự cuộc họp tại khách sạn thì tất nhiên anh ta sẽ từ chối. Nhưng thực tế, nếu anh ta thấy các các câu hỏi phân loại của bạn hấp dẫn, anh ta sẽ xem tập thông tin sơ bộ của bạn. Nếu anh ta thấy thích những gì anh ta đọc trong tài liệu, anh ta sẽ đền dự buổi giới thiệu của bạn. Và nếu anh ấy cảm thấy thích buổi giới thiệu này thì anh sẽ sẵn sàng đi 40 dặm bất chấp cả mùa đông băng giá để được tìm hiểu nhiều hơn. Anh ta sẽ không muốn bỏ qua một cuộc họp mở rộng nào. **Nhưng cách duy nhất để thu hút được ứng cử viên đến tham dự cuộc họp là buổi giới thiệu "một chọi một"**

Nếu như bạn thực hiện đúng các bước đầu quá trình thì mọi người sẽ tự tìm đến buổi họp của bạn. Và nếu bạn tổ chức cuộc họp theo cách tôi bày cho bạn, mọi người sẽ nôn nóng chờ đợi cuộc họp tiếp theo! **Như vậy cuộc họp "đan chéo" hàng tháng sẽ trở thành sự kiện đầy ý nghĩa, đến nỗi mà những người mời những ứng cử viên mới đến thì có thể tin chắc 100% rằng khách mời của họ sẽ ký hợp đồng.**

Họp hành là công việc bổ sung, đòi hỏi phải luôn luôn hỗ lực. Nhưng kết quả lại xứng đáng. Trong kinh doanh bây giờ có một truyền thống mới là quảng cáo các cơ hội mà không cần họp hành. Nhưng tôi tin vào chân lý của câu ngạn ngữ nói rằng:muốn biết cây, hãy xem quả". Đó là những gì tôi đã hiểu. Trong lịch sử 50 năm của kinh doanh theo mạng, chưa một Công ty nào thành công (và sống sót mà lại không tổ chức những cuộc họp công khai

Mạng lưới sẽ phát triển với tốc độ tối đa nhờ việc lập nên một cơ cấu các buổi họp trong ngành kinh doanh này. Các buổi giới thiệu "một chọi

một” làm nên nền tảng thúc đẩy và năng cao vai trò của các cuộc gặp tại nhà. Cuộc gặp gỡ tại nhà thì tạo điều kiện thuận lợi để tổ chức thành công cuộc họp gia đình, rồi các cuộc họp gia đình lại nền tảng tốt cho các cuộc họp “đan chéo” mở rộng. “Dãy chuyền” các cuộc họp này tạo cơ hội cho các ứng cử viên được nhiều lần tham dự buổi giới thiệu. Mỗi buổi giới thiệu sau sẽ là một sự kiện quan trọng hơn buổi trước, và mỗi lần các ứng cử viên lại có thêm các chứng cứ mới chứng tỏ sự lựa chọn đúng đắn của mình

Lập một thời gian biểu là rất cần thiết. Nếu cứ thứ năm đầu tiên của tháng tổ chức một buổi gặp gia đình, thì hãy ấn định cuộc họp “đan chéo” được tổ chức vào các thứ năm tuần đầu của tháng thì bạn hãy chuyển cuộc họp gia đình sang thứ năm của tuần thứ ba của tháng. Đó là việc cần thếit để không tạo ra một khoảng trống lớn giữa hai lần họp mà bạn mời ứng cử viên đến dự. Nếu bạn mời ứng cử viên đến dự buổi họp gia đình; rồi sau đó bắt họ phải đợi 3-4 tuần nữa cho đến cuộc họp tiếp theo, bạn sẽ mất họ. Sự hưng phấn

của họ sẽ mất dần và tiếp theo họ sẽ chuyển sang làm việc khác. Bạn phải kiểm tra xem "dãy chuyền" của bạn hoạt động có đúng hay không để ứng cử viên luôn biết được bước tiếp theo của quá trình là gì.

CUỐI CÙNG CÓ THỂ NÓI

Một số phân phối viên cho rằng, chính Công ty phải đứng ra tổ chức các cuộc họp và phải chịu mọi phí tổn. Nhận xét này xa rời chân lý

Bạn nên nhớ rằng **đây là sự nghiệp và tiền bạc của bạn. Bạn mới phải là người đứng ra tổ chức, tiến hành các cuộc họp, và chi phí cho các buổi họp này chỉ đáng một phần nhỏ và số tiền bạn phải trả cho một vụ kinh doanh bình thường.**

Quan điểm tổ chức các cuộc họp nhằm làm tăng mối quan tâm đến lĩnh vực kinh doanh này hoặc đến sản phẩm đã có hiệu quả vào những năm 1987, 1980, 1990 và sẽ không kém hiệu quả hơn vào năm 2010

Nếu bạn muốn ký nhiều người thì cách nhanh nhất là gửi quảng cáo qua đường bưu điện. Nhưng nếu bạn cần kinh doanh lâu dài và ổn định, thì không có gì tốt hơn “dãy chuyền” các cuộc họp

và các buổi gặp mặt được tổ chức đúng bài bản. Bây giờ chúng ta hãy đi sâu vào nghiên cứu việc thành lập sự nghiệp kinh doanh vững chắc trong chương “Xây dựng theo chiều sâu”

CHƯƠNG XI

XÂY DỰNG MẠNG LƯỚI THEO CHIỀU SÂU

Tại sao một số người xây dựng nên những mạng lưới khổng lồ với nguồn thu nhập ổn định cho hàng chục năm sau, mà trong khi đó những người khác lại phải thường xuyên làm việc cật lực để củng cố và duy trì tổ chức của mình. Sự khác nhau giữa họ là ở chỗ mạng lưới cần phải được xây dựng chứ không phải bị "lùa". Cần phải thành lập những nhánh phân phối viên với hệ thống để sao chép dựa trên những nguyên tắc mà chúng ta đãn hắc đến ở các chương trước. Nếu làm việc 5-8 tuần ở phòng khách rồi sau đó chuyển sang khách sạn, bạn sẽ có được những người bạn cho suốt đời còn lại của bạn. Nếu tuân thủ theo đúng hệ thống, bạn sẽ tạo ra bầu không khí tin tưởng và tinh thần sẵn sằng giúp đỡ lẫn nhau để mọi người luôn có thể nhờ hoạt động trong những lúc họ ge khó khăn. Bạn sẽ giúp họ bằng cách khuyên răn họ và quan trọng hơn cả là bạn sẽ xây nên mạng lưới vững chắc có khả năng

tạo ra cho bạn nguồn thu nhập ổn định.

“Lùa” vào mạng lưới nghĩa là gì?

Mời bạn xem ví dụ: nhà chuyên nghiệp cấp cao tên là harry bỗng nhận thấy là số tiền trong tài khoản của ông ta đang ít dần, còn tất cả các phân phối viên của ông ấy thì dần dần từ bỏ Công ty mà ông đang làm việc. Tất nhiên ông cho rằng nguyên nhân thất bại của ông là do Công ty đã không xứng đáng với thanh danh của mình. Bởi vậy ông đi tìm một “chương trình mới tinh nóng hổi”. Cuối cùng khi ông tìm ra một chương trình như vậy, tự ông ta tham gia vào nó và dụ dỗ kéo các phân phối viên giỏi nhất của mình từ Công ty trước sau Công ty này. Ông ta đăng quảng cáo ngay lập tức trên cáo báo về tài chính, hoặc gửi thông báo qua bưu điện để tìm ứng cử viên mới. Đại loại các nhan để của ông là như thế này:

“Bạn thử nghĩ xem tại sao những nhà kinh doanh theo mạng cự phách lại từ bỏ những Công ty cũ của mình để tham gia vào Công ty ABC? Đừng bỏ lỡ cơ hội của mình! Hãy gọi

điện cho chúng tôi ngay lập tức trước khi chúng tôi gọi cho bạn!”

Tất nhiên sự nghiệp của Harry bắt đầu được khôi phục. Ông lại làm việc một cách xuất sắc, thậm chí còn đích thân trả lời tất cả các cuộc điện thoại. Như vậy, ông ta phải ngồi trực điện 12-14 tiếng đồng hồ trong một ngày, do chênh lệch giữa các múi giờ. Suốt ngày suốt đêm ông gửi đi những tập thông tin, suốt ngày gửi các tài liệu theo fax và đỡ đầu cho nhiều người trên khắp cả nước. Nhưng vào một ngày đẹp trời, ông nhận thấy rằng một mình ông làm không xuể tất cả những việc này. Vì vậy ông tống tất cả các phân phối viên mới của mình cho nông nghiệp phân phối viên tầng một. Ông làm như vậy dưới hình thức là quà tặng thưởng vì lao động vất vả hoặc với lý do là những “người mới” này sống gần nhà những “người cũ” Kiểu gì thì kiểu, ông ấy cũng đang thành lập ra một nhóm người phi chức năng

Nhiều người trong số những phân phối viên được Harry giao cho những người mới của mình lại không có tài năng làm việc với mọi người như

Harry. Họ xấu hổ không dám nói chuyện với người lạ, vì vậy họ chẳng bao giờ gọi điện cho những phân phối viên mới của mình. Thay vào đó họ lại ngồi chờ những người kia tự gọi điện cho họ, và tất nhiên là sẽ không bao giờ xảy ra những điều như vậy. Những nhà phân phối mới này thậm chí không biết là mình đã được giao cho ai đó khác rồi. Họ chỉ quen với harry. Và vì thế nếu họ gặp khó khăn, họ sẽ chỉ biết gọi cho Harry

Và vì vậy Harry – một chuyên gia hàng đầu – phải làm việc suốt 12 -14 tiếng một ngày

Ban đầu người hùng của chúng ta sẽ cảm thấy vừa lòng vì ông ta đã thực sự trở thành một người hùng, mặc dù kinh nghiệm của ông ta hoàn toàn không thể sao chép nổi. Ban đầu ông ta sẽ cảm thấy sung sướng. Ông ta sẽ nhún vai và nói: "Tôi biết thế nào bây giờ. Chỉ có duy nhất mình tôi biết tổ chức giới thiệu. Tất cả mọi người chỉ muốn nói chuyện với tôi" hoặc cái gì đó đại loại như thế làm ông ta cảm thấy ấm cúng và dễ chịu trong lòng. Nhưng sau đó ông ta dần dần sáng mắt ra. Ông ta hiểu rằng mình đã thiết lập nên cả một

mạng lưới toàn những người phụ thuộc vào ông ta. Nến ông đi vắng trong vài tuần, thì lợi nhuận của ông sẽ giảm xuống 20%. Nếu ống quyết định đi nghỉ sáu tuần, lợi nhuận của ông sẽ giảm xuống một nửa. Còn 90 ngày nghỉ giải lao, ông sẽ mất toàn bộ sự nghiệp kinh doanh.

Harry trở thành một con sóc trên bánh vô lăng. Ông ấy cần phải làm việc kế hoạch ngừng để giữ được vị trí, tuy vậy ông ấy vẫn dậm chân tại chỗ. Nhưng dừng lại cũng không thể được nữa rồi…

Vì ông ta đã quen hàng tháng lĩnh được khoản tiền lớn (và tất nhiên là tiêu sài cũng không ít), cho nên ống ấy cần phải làm việc để không cho bánh vô lăng dừng lại. Thay vào việc tránh sa vào cạm bẫy này: “thời gian đổi lấy tiền”, ông ấy chuyển sang chương trình khác.

Chân thành mà nói, việc “chồng chất” thêm người vào mạng lưới theo kiểu này chẳng có gì chung với việc xây dựng mạng lười kinh doanh đa cấp độ vững chắc và đầy triển vọng. Thế nhưng

Harry cũng như nhiều người khác, không hiểu quá trình sao chép và không biết được những phương án tốt nhất. Ông ta sẽ tiếp tục quay chong chóng trong bánh vô lăng của mình cho tới khi kiệt sức và rồi phải dừng lại. Khi đó có thể ông ta sẽ vĩnh viễn từ bỏ kinh doanh theo mạng và đinh ninh rằng ngành kinh doanh này không có hiệu quả, hoặc lại cho rằng ông ta đã chọn nhầm công ty. Cả hai phương án trên đều là bi kịch.

Câu ngạn ngữ yêu thích của Math Freeze là: "Kinh doanh theo mạng là một ngành kinh doanh đầy hứa hẹn, nhưng chỉ có một số người có khả năng hiểu được tất cả các ưu thế của nó "Để không bị thất vọng về kinh doanh, cần phải tìm hiểu những nguyên tắc hoạt động của nó và học chúng.

Có hai vấn đề nữa trong các nhánh người bị "quá tải".

Thứ nhất, khi giao lưu với người lạ, bạn sẽ có thêm những phân phối viên được phân bố trên khắp cả nước. Phần lớn các vùng chỉ có một vài

nhà phân phối một thân một mình không thể tổ chức vả tiến hành những cuộc họp. Không có "dãy chuyền", họ sẽ không trụ nổi trong các cuộc cạnh tranh và không thể xây dựng kinh doanh một cách hiệu quả. Công việc của họ kéo dài hàng tháng, thậm chí hàng năm cho đến khi lòng nhiệt tình và cuốn séc dầy của những người đỡ đầu không còn hấp dẫn họ nữa. Họ sẽ vứt bỏ cuộc săn lùng những bóng ma.

Vấn đề thứ hai là khi người này bị "giao" cho người khác, khiến mạng lưới đỡ đầu trở nên vô tác dụng. Một số người được bạn giaocho những phân phối viên của bạn bắt đầu ngừng hoạt động. Bạn giao cho họ người vào tháng tư, thì đến tháng năm họ sẽ muốn biết lần này bạn chuẩn bị tặng cho họ bao nhiêu người

Ngoài ra, do các phân phối viên bị giao cho một người đỡ đầu vô tình nào đó, cho nên **họ không kính trọng tài năng của anh ta và sẽ không nghe những lời dạy bảo của anh ấy.** Nếu không có mạng lưới những người đỡ đầu vừa làm việc vì họ vừa bảo đảm được cho họ

chương trình đào tạo, thì họ sẽ mất đi một hệ thống nâng đỡ và ủng hộ mạnh mẽ nhất cần thiết cho việc xây dựng doanh nghiệp

Còn bây giờ chúng ta hãy nghiên cứu kỹ hơn về quá trình **đào tạo**

Đây là một trong những việc đơn giản nhất. Nhưng đá số mọi người lại không hiểu, càng ít người làm điều đó hơn. Đào tạo – nghĩa tình "hình thành" và phát triển những tính cách và khả năng tích cực của con người. Bạn phải dạy cho những người trong mạng lưới của bạn và cho cả những người thuộc những mạng lưới khác nữa

Như thế có nghĩa là bạn cần tìm tòi ở họ những cá tính tốt nhất, nhìn nhận họ dưới góc độ đánh giá những gì họ có thể đạt được. Nếu bạn cảm thấy một người nào đó không phải phát triển được những tính cách nào đó, và bạn không bao giờ dạy bảo được anh ta (cô ta), thì bạn hãy tìm hiểu nội tâm con người này. Có thật là anh ta chẳng ra gì bởi vì bạn không thể nói điều gì tốt về anh ta? Hãy xem vài trường hợp cụ thể, bắt

đầu từ các nhà đỡ đầu của bạn

Cách sáng suốt nhất mà bạn có thể áp dụng để nhanh chóng xây dựng doanh nghiệp và đạt hiệu quả – đó là làm theo tất cả những gì mà người đỡ đầu trực tiếp và những thủ lĩnh có tiếng trong ngành kinh doanh theo mạng thuộc dãy đỡ đầu của bạn đã làm. Bạn phải hoàn toàn tin tưởng vào sự trung thực, lòng tận tụy, sự giúp đỡ cũng như tính tháo vát của những người này. Bạn làm việc đó không phải là vì để họ được lợi. Bạn làm là vì bạn. Bởi vì:

Bạn càng bắt chước tốt nhà bạn đỡ đầu **(và các thủ lĩnh trong mạng lưới bên trên)** của mình, thì họ càng có thể giúp đỡ bạn nhiều hơn. Hãy xem xét vài kịch bản khác nhau.

Giả sử bạn hơi ghen tỵ với thành tích của người **đầy đủ** của bạn và vì vậy bạn không muốn tiếp thu kinh nghiệm của ông ta. Trong thực tế, đôi khi bạn có thể "chơi" ông ta trước những người trong tổ chức của bạn để nâng uy tín của

mình lên. Bạn có thể nói; “Tôi là phân phối viên khá nhất của ông ấy, không có tôi chưa chắc ông ấy đã làm được gì” hoặc “Tôi tổ chức cuộc họp tốt hơn ông ấy nhiều”

Thực tế bạn lại đang làm mất giá trị của mình trước mọi người. Mặc dù ban đầu có thể gây ấn tượng với họ bởi sự khoe khoang và năng lực của bạn, nhưng trong tiềm thức họ nhận thấy bạn không tôn trọng và không đánh giá người khác. Người ta sẽ không tôn trọng những ai không biết tôn trọng người khác

Mặt khác tổn thất lớn nhất là ở chỗ người **đỡ đầu** của bạn sẽ không đủ sức giúp đỡ bạn được nữa. Bởi thay vì nhhận xét tốt về người **đỡ đầu của mình** thì bạn lại thường xuyên chê bai ông ta, làm nhóm của bạn không muốn nghe ông ta phát bìểu khi ông ta đến thành phố của bạn. Không ai trong tổ chức của bạn dốc sức thu hút phân phối viên mới để đón ông ta đến. Còn những người dẫu sao cũng đến dự cuộc họp này thì sẽ không chú ý lắm đến lời nói của ông ta, không coi trọng những thông tin ông ta đưa ra, và lại càng

không thực hiện những điều ông ta không giúp bạn được. Bạn đã tự phong mình làm người hùng, nhưng rốt cuộc người ta không thể bắt chước được bạn, và bạn phải cố gắng rất nhiều nếu muốn tiến lên phía trước

Và bây giờ hãy xét một kịch bản khác

Bạn vui mừng với những thành tích của người đỡ đầu của bạn và cố gắng lúc nào cũng noi theo gương ông ta (bà ta). Các phân phối viên của bạn gọi tên ông ấy bằng cả sự tôn sùng

Và khi người đỡ đầu của bạn đến thành phố thì các nhà phân phối ấy dù phải mất 3-4 tiếng đi đường thì họ vẫn đến.

Họ cố gắng làm việc để những phân phối mới có thể đến dự cuộc gặp gỡ người **đỡ đầu** của bạn sẽ phát biểu. Hơn thế nữa, họ sẽ hết sức tập trung nghe ông ta nói, nghe những lời khuyên của ông ta và họ bắt tay vào hành động

Và phương án tốt nhất

Khi người **đỡ đầu** của bạn đến thành phố, ông ta có thể dạy bạn nhiều việc. Ông ấy có thể nói: “Tôi luôn sẵn sàng đến Feniks và làm việc với nhóm của Rây. Rây là một trong những thủ lĩnh tốt nhất của tôi, ông ấy rất có trách nhiệm với mọi người”

Sau việc này uy tín của bạn sẽ càng được nâng cao trước mọi người trong nhóm của mình!

Bạn không thể tự bắt chước mình và những người **đỡ đầu** bạn của bạn cũng không thể tự tiếp thu kinh nghiệm của mình. Nhưng bạn có thể học tập kinh nghiệm của họ, còn họ thì tiếp thu kinh nghiệm của bạn. Những người **đỡ đầu** cấp trên của bạn có thể tạo ra cho nhóm của bạn những điều kỳ diệu. Một số phân phối viên có thể biết được từ người **đỡ đầu** của bạn những điều mà bạn chưa bao giờ nói với họ. Điều này giải thoát cho bạn khỏi hội chứng “bụt chùa nhà không thiêng”

Nhưng lại nảy sinh một vấn đề; bạn có thể học theo **người đỡ đầu** của mình như thế nào như ông ta không phát triển?

Hãy từ từ giải quyết này. Nếu người **đỡ đầu** của bạn không tích cực hoạt động để phát triển doanh nghiệp của mình, bạn đừng từ bỏ ông ta, và việc doanh nghiệp của ông ta không phát triển không cdó nghĩa là doanh nghiệp của bạn cũng không được phát triển. Bạn nên yêu quý người **đỡ đầu** của mình và giúp đỡ ông ấy phát triển. Nếu ai đó trong nhóm của bạn hỏi về người **đỡ đầu** của bạn, hãy nói điều gì đó đại loại như: "Berry và Ricky bây giờ đang bận bịu với những công việc khác cho nên không có thời gian để làm doanh nghiệp. Nhưng tôi luôn biết ơn họ vì họ đã cho tôi khả năng làm doanh nghiệp này. Không có họ thì cả tôi và bạn đều không có được cơ hội này"

Cũng theo các nguyên tắc này, bạn phải cố gắng để các phân phối viên trong đội của bạn học tập nhau. Giả sử bạn **đỡ đầu** Braian và ông ta lại **đỡ đầu** Vicky nhưng không chịu làm gì cả. Giả

sử Vicky đến gặp bạn phàn nàn về việc không được braian giúp đỡ. Thay vì mắng Braian, bạn hãy nói với Vicky: “Cô hãy tôn trọng anh ấy và giúp đỡ anh ấy phát triển”. Và vào một ngày thật tuyệt anh ấy lại bắt đầu làm việc, lại trả lời tin nhắn và bắt đầu tự hoàn thiện mình- trở lại với cuộc sống hoạt động tích cực. Nếu bạn hạ thấp anh ta trước mọi người trong nhóm của bạn,anh ta sẽ rất khó khăn để có thể được mọi người tôn trọng.

Và còn một điểm nữa

Nếu như bạn nói xấu Braian với Vicky thì cô ta có thể cho rằng bạn cũng có thể nói như thế về cô ấy trước mọi người trong nhóm của cô ấy. Trong nhóm của bạn không thể có thái độ tiêu cực giữa mọi người với nhau được! Hãy chỉ bảo mọi người dần dần nhưng phải thường xuyên. Bạn nên khích lệ mọi người, tạo ra thói quen đào tạo và học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau!

Bạn hãy xử sự như vậy khi một ai đó trong mạng lưới của bạn đến nhờ bạn chỉ bảo vì anh ta

không thỏa mãn với lời khuyên của người **đỡ đầu** của mình. Khi tôi bắt đầu nghi ngờ rằng đó chính là trường hợp này, tôi ngắt lời và nói: "Tôi có cảm giác là trước khi bạn tiếp tục, chúng ta nên hỏi ý kiến Bob. Nếu bạn không phản đối tôi hỏi ý kiến Bob về việc này, bạn hãy nói tiếp"

Điều này cần thiết để tỏ ra rằng tôi không nghi ngờ trình độ hiểu biết của Bob. Có khi nó làm cho người ta hết hứng thứ bịa chuyện và kêu ca. Đừng đùa giỡn với mọi người. Nếu như người đó băn khoăn có cơ sở thì không có lý gì anh ta phản đối việc thảo luận vấn đề này với người **đỡ đầu** trực tiếp của mình. Nhưng nếu anh ta chỉ muốn phàn nàn về người **đỡ đầu** của mình rồi khóc lóc, mà lại không muốn làm việc đó một cách công khai, thì anh ta đã gõ không đúng cửa, và anh ta phải biết về điều đó.

Đào tạo phân phối viên từ những nhánh song song cũng rất quan trọng. Mặc dù tạo ra được tình cảm thống nhất và niềm tự hào về tổ chức của mình là rất quan trọng, cũng không nên chỉ dựa vào các nhóm khác. Thay vì ghen tỵ và tìm

cách ngụy biên thành tích của họ, bạn hãy vui thay cho lo! Tại sao?

Người **đỡ đầu** của bạn có thể mời các nhà phân phối từ các nhánh song song tổ chức buổi giới thiệu tại cuộc họp mở của bạn, hoặc các phân phối viên của bạn sẽ đến dự cuộc họp mở của họ. Đôi khi một trong số những người này lại trình bày một ý tưởng làm ai đó trong tổ chức của bạn quan tâm, - người mà bạn chưa tìm ta cách tiếp cận. Vì mọi người chú ý đến những sự vật khác nhau. Nên nhớ rằng người **đỡ đầu** của bạn và cả Công ty không ai dám cử người đến tham dự buổi giới thiệu với bạn khi không tin chắc rằng người này có thể làm tròn chức năng của mình. Và thậm chí không chỉ làm tròn mà còn làm hoàn hảo. Vì thế, lần sau, sau lời phát biểu của diễn giả từ nhánh bên cạnh, bạn hãy đứng dậy vỗ tay và đừng quên cảm ơn anh ta

Kết quả của việc tiếp thu kinh nghiệm của tất cả những người này là công việc của hệ thống, của Công ty và có khi của cả ngành doanh nghiệp sẽ có hiệu quả. Và, tất nhiên điều đó cũng

có lợi cho bạn. Một hệ thống, một Công ty, một doanh nghiệp vững mạnh sẽ làm cho công việc của bạn trở nên dễ dàng. Vì thế bạn đừng ngại học tập kinh nghiệm. Bạn làm việc đó không chỉ để giúp người khác mà bạn còn làm cho chính mình.

Lại bàn về việc học tập kinh nghiệm

Người của bạn sẽ học tập kinh nghiệm của bạn tốt hơn nếu bạn được một vị trí nhất định trong tổ chức của mình. Điều đó có nghĩa gì:

Tôi yêu quý tất cả mọi người trong tổ chức của mình nhưng tôi không thể tiếp xúc với tất cả mọi người được. Tôi chỉ tiếp xúc với ai đạt được những kết quả nhất định trong doanh nghiệp. Sở dĩ như vậy là có hai lý do: thời gian và tiền bạc. Không phải của tôi, mà là của họ.

Nói một cách đơn giản, phần lớn các phân phối viên của tôi đều chưa có đủ thời gian và tiền của để vươn tới trình độ xã hội ngang tôi. Đây là những thí dụ:

Hiện tại tôi đang biên tập tại khách sạn Haiatt Regency, ở Downtown, bang Indianapolis. Tôi bay đến đây vào những ngày nghỉ, tôi có thời gian và tiền để bay đến bất cứ nơi nào trên thế giới và mua vé đến xem bất kỳ cuộc thi đấu quốc

tế, hoặc thi đấu tranh cúp thế giới nào, cũng như xem trận chung kết cúp Stenly. Tôi sống như vậy.

Tôi ăn trưa tại các nhà hàng sang trọng, sống ở khách sạn năm sao và đi máy bay thìn ngồi ghế hạng nhất. Tôi chi tiền xe bằng một số nhà phân phối chi tiền nhà. Tiền đối với tôi không thành vấn đề. Nếu tôi cần gì tôi sẽ mua và thanh toán bằng tiền mặt. Nếu tôi bố trí thời gian gặp gỡ với các phân phối viên cấp dưới, họ sẽ không đủ tiền chi các khoản này. Tiền tôi chi cho một đêm giải trí bằng số tiền họ làm được trong một tuần.

Về thực hiện thì ở đây cũng có vấn đề. Bạn phải hiểu thời gian đối với nhà phân phối mới có ý nghĩa. Có thể họ tổ chức buổi giới thiệu "một chọi một" hoặc các buổi họp tại nhà 3-4 lần trong một tuần. Nếu bạn mời bạn của mình là nhà phân phối mới đến để gặp gỡ vào chiều thứ sáu, thì điều đó có thể làm vợ anh ta không thích bởi vì chị ấy ít gặp chồng, và muốn có chồng ở bên cạnh trong buổi giới thiệu hôm đó. Tình thế này gây nên bầu không khí tiêu cực và áp lực căng thẳng

làm thiệt hại của anh ta. Bạn phải quý trọng thời gian của các phân phối viên của mình.

Khi nhà phân phối mới bắt đầu vào nghề anh ta phải chịu nhiều khó khăn về thời gian và tiền bạc. Anh ta cần đầu tư vào doanh nghiệp một khoản tiền nhất định, và giành ra một khoảng thời gian 7-10 tiếng trong một tuần. Chính bạn cũng không muốn anh ta phải chi nguồn lực có hạn cho một cuộc sống quá tốn kém. Bời vì anh ta đang rất cần dành số tiền và thời gian này cho doanh nghiệp

Để lập được một tổ chức vững chắc và bảo đảm lợi nhuận đều đặn, bạn phải tạo được những mối quan hệ tin cậy với các nhà phân phối của mình. Mặc dù cả hai người đều là những doanh nhân độc lập, mối quan hệ này phải giống như quan hệ ông chủ và người làm. Nếu bạn không cho phân phối viên được ở quá gần mình, thì điều này là có lợi cho họ. Bạn sẽ tiếp xúc bình đẳng với họ khi đạt trình độ cao nhất trong doanh nghiệp và có nhiều tiền bạc và thời gian hơn.

Còn bây giờ ta hãy nói đến cách củng cố mạng lưới của mình và xác định khi nào có thể rời bỏ nó.

Chắc chắn bạn đã nghe nói là không nên rời bỏ mạng lưới trước khi nó phát triển sâu đủ 3-5 tầng hoặc là nó tan rã. Thực tế thì **không bao giờ** được rời bỏ mạng lưới. Vai trò của bạn sẽ thay đổi. Ban đầu bạn sẽ phải làm việc hàng ngày với mạng lưới trong khoảng 5-8 tuần. Sau đó sẽ đến giai đoạn bạn chỉ tư vấn là chính, bởi vì khoảng thời gian 8 tuần đã kết thúc và mạng lưới của bạn sao chép bạn một cách đầy đủ (họ tự tổ chức các buổi giới thiệu riêng và những cuộc họp tại nhà). Đến lúc đó bạn sẽ không phải xây dựng hàng ngày mà vai trò của bạn sẽ quan trọng hơn tức là hàng tháng bạn tiến hành gặp gỡ với các thủ lĩnh trong mạng lưới của bạn. Chúng ta sẽ nghiên cứu sâu hơn về quá trình này ở chương sau. Còn bây giờ, bạn cần phải biết rằng lúc này là lúc tổ chức của bạn bắt đầu tăng trưởng mạnh.

Cuối cùng thì những nhà phân phối đầu tiên trong mạng lưới của bạn sẽ trở thành những thủ

lĩnh cao cấp. Tới lúc đó sẽ không cần tư vấn cho họ nữa. Và khi ấy sự có mặt của bạn sẽ là nguồn cổ vũ cho tất cả mọi người. Bạn sẽ trở thành tấm gương sống về một con người "đã làm được việc đó;, lối sống và hành vi cư xử của bạn thôi thúc mọi người làm việc. Có lẽ một – hai lần trong một năm hoặc được mời với tư cách vị khách quý tại các hội nghị quỹ thủ lĩnh do các nhà phân phối cấp cao tổ chức.

Dù với tư cách này hay tư cách khác bạn luôn phải ủng hộ mạng lưới của mình. Bạn có thể chuyển từ chương vị một nhà tư vấn sang cương vị một nguồn động viên khích lệ khi mạng lưới của bạn đã được bảo đảm chắc chắn.

Nói đến độ chắc chắn của mạng lưới, ý tôi muốn nói là bạn có nguồn thu nhập đủ lớn. Nếu bạn ngừng làm việc, thì mạng lưới của bạn tiếp tục phát triển. Điều này chỉ có thể xảy ra khi bạn có đủ những **thủ lĩnh chân chính**

Tôi coi **thủ lĩnh chân chính** là những người hoàn toàn biết tự khích lệ và phục tùng những

điều kiện cơ bản mà trước đây chúng ta đã nói đến. Tôi nhắc lại;

- Họ tổ chức những buổi giới thiệu định kỳ
- Họ gây dựng được mạng lưới tiêu thụ
- Họ sử dụng sản phẩm
- Hàng ngày tự hoàn thiện mình
- Đến dự tất cả các hoạt động
- Cởi mở tiếp thu tri thức
- Học tập kinh nghiệm của những người đỡ đầu của mình
- Đáng tin cậy
- Tuân thủ hệ thống

Lý do khiến nhiều người thất bại trong kinh doanh theo mạng là ở chỗ họ không xác định được những người có thể trở thành thủ

lĩnh để làm việc với những người đó. Họ quan tâm đến số lượng người trong tổ chức hoặc doanh số hiện tại, nhưng họ không có khả năng biến một người thành thủ lĩnh. Thông thường họ tập trung chú ý nhiều đến những phân phối tầng một của mình. Muốn thành công trong kinh doanh theo mạng, bạn phải biết cách xác định những người có thể trở thành thủ lĩnh và làm việc với họ không phụ thuộc vào việc họ nằm ở tầng cao. Đó là phương pháp duy nhất đúng để củng cố mạng lưới.

Thông thường, khi xây dựng theo chiều sâu bạn sẽ làm việc không phải vì tiền mà là để củng cố tổ chức của mình, mặc dù việc đó lang lại cho bạn nguồn thu nhập không đáng kể. Muốn thu nhập cao phải xây dựng tầng tiếp theo, phải làm việc này, nhưng trước khi xây dựng tầng tiếp theo, phải củng cố tầng trước đó đã. Mạng lưới chắc chắn sẽ cổ vũ động viên bạn tiếp tục làm việc. Bạn sẽ được lựa chọn hoặc là đi nghĩ cho thoải mái và tìm chỗ tiêu tiền hoặc là tiếp tục xây dựng mạng lưới mới để nâng cao thu nhập

Bạn đừng lầm tưởng khi thấy mạng lưới của mình có doanh số và số lượng phân phối viên lớn. Doanh số lớn thông thường được tạo ra bởi những nhà phân phối có tài bán háng, nhưng lại không sao chép được bản thân mình và ít khi ở lại lâu trong kinh doanh theo mạng. Những người này thường đưa vào chương trình một số lượng lớn các nhà phân phối không hề có nguyện vọng muốn làm đặc biệt. Họ đồng ý ký chỉ vì họ không biết cách nói "không". Tên tuổi họ lấy đầy một danh sách trông rất oai, nhưng họ không làm việc. Nếu gọi là những nhà phân phối thì tức là bạn tự lừa dối mình. **Dấu hiệu duy nhất nói lên sức mạnh mạng lưới của bạn là số lượng thủ lĩnh tuân thủ hệ thống có mặt trong mạng lưới**

Doanh nghiệp này được tiến hành tại các phòng làm việc, phòng khách, kể cả bên bàn ăn. Muốn mạng lưới phát triển, hãy sẵn sàng đến nhà gặp gỡ và làm việc với mọi người. Chỉ có những buổi giới thiệu và việc chấp hành mọi thủ tục mới tạo khả năng lập được tổ chức lớn.

Tay hãy xem xét quá trình các nhà phân phối

xây dựng mạng lưới

Đầu tiên lẽ dĩ nhiên là họ phải trải qua một khóa học "cấp tốc" mà tôi đã nói đến ở trên. Giả sử khóa học đã hoàn thành, họ đã dùng sản phẩm, đã có tất cả những tư liệu cần thiết, họ sẵn sàng làm theo những nguyên tắc cơ bản và lập danh sách hơn 100 ứng cử viên.

Họ đã làm việc 7-10 tiếng trong một tuần, vì vậy thời gian đầu bạn muốn giúp đỡ họ. Sau khi tuần đầu kết thúc, bạn hãy ấn định hai lần gặp lại nhà của họ, còn 5-8 tuần sau đó chỉ gặp một 1 lần. Trong tuần đầu cần gặp hai lần, lần đầu là để cho họ xem xét và biết cách tổ chức buổi họp tại nhà như thế nào, còn lần thứ hai dành cho những ứng cử viên không thể đến dự cuộc gặp lần trước. Sau khi các nhà phân phối bắt đầu làm việc với danh sách các ứng cử viên và chuẩn bị tiến hành buổi giới thiệu.

Tiếp theo bạn hãy cùng phân phối viên mới của bạn tiến hành buổi giới thiệu "hai chọi một. Hãy làm việc này càng thường xuyên càng tốt.

Những cuộc họp "hai chọi một" sẽ là những bội gặp tại nhà đầu tiên của họ.

Lý tưởng ra thì các nhà phân phối mới có bạn có thể học cách tự tổ chức những buổi giới thiệu mang tính cá nhân ngắn gọn trong 1-2 tuần. Nếu họ hiểu được cách làm đúng, họ sẽ duy trì được quá trình. Họ sẽ tiến hành những buổi giới thiệu "một chọi một" và đưa nhiều người đến những cuộc gặp "tại nhà" mà bạn tổ chức

Thông thường tôi giúp phân phối viên tầng một của tôi đỡ đầu sáu người trong tháng làm việc đầu tiên. Tôi muốn họ lập được sáu nhánh vì theo kinh nghiệm của tôi thì từ sáu người này có hai người có giá trị. Nghĩa là: hai người sẽ vào việc ngay, hai người – muộn hơn một chút, còn hai người nữa thì hầu như **không bao giờ**

Đối với nhà phân phối làm việc 7-10 giờ trong một tuần, thì hai nhánh là con số tối ưu mà anh ta (cô ta) có thể đảm đương. Có nghĩa là, đỡ đầu sáu người, chúng ta được hai. Tất nhiên là cả sáu người sẽ nói rằng họ khát khao được làm

doanh nghiệp, rằng họ thán phục doanh nghiệp này, và họ sẽ làm tất cả những gì họ có thể làm được

Nhưng thực tế lại diễn ra như sau: Khi bạn bắt đầu khóa đào tạo “cấp tốc”, một vài người sẽ bỏ ngay lập tức, một vài người không thu xếp được thời gian. Những người còn lại vẫn lên kế hoạch học tập, nhưng đến khi phải tổ chức các cuộc gặp gỡ tại nhà họ, thì họ biến mất không còn tăm hơi. Họ sẽ nói với bạn đại loại như thế này: “Ôi, bạn muốn nói là chính chúng tôi sẽ phải làm việc này ư? Thế chỉ đơn thuần nói chuyện với nhau không được à? Chúng tôi cũng phải làm việc gì đó à? Thế mà tôi không biết là mình cũng sẽ phải làm việc gì đó nữa. Tôi nghĩ rằng chúng ta chỉ cần nói chuyện với nhau là xong”. Và kết quả là chỉ có hai trong số sáu người giúp bạn tổ chức buổi giới thiệu tại nhà họ.

Bạn có biết tại sao tôi lại đề nghị tổ chức hai buổi giới thiệu trong tuần đầu, còn tiếp theo thì chỉ có một buổi? Cách này có thểk hác so với cách bạn đã quen. Người ta dạy bạn lá khi đỡ đầu

những phân phối viên đã quyết định tuân theo các nguyên tắc cơ bản của doanh nghiệp, bạn phải làm việc với họ năm ngày trong một tuần, và khi tất cả mọi người, dường như bạn phải đi cùng trời cuối đất. Tuy nhiên rồi không tán thành chính sách này. Tại sao?

Nếu bạn chọn cho mình một nhánh nào đó và làm việc với suốt cả tuần, nhánh này sẽ làm nên 90% doanh nghiệp của bạn! Nếu điều đó xảy ra, **những người này sẽ không tôn trọng bạn nữa.** Mà là không tôn trọng thì họ sẽ không tiếp thu kinh nghiệm của bạn. Nếu họ không muốn học hỏi ở bạn, thì những không thể giúp họ xây dựng doanh nghiệp

Thậm tệ hơn nữa là bạn vào tình trạng kinh tế bấp bênh rất nguy hiểm. Nếu 90% thu nhập của bạn phụ thuộc vào nhánh này, mà sau đó thủ lĩnh của nhánh lại bỗng dưng chạy theo một mặt hàng mới (bánh bich – quy từ một loại xơ mới mà người ta sẽ trả 2% cho tầng bốn) và dụ dỗ kéo theo cả nhóm, thì bạn sẽ mất cả doanh nghiệp của mình. Tôi thấy giải pháp sáng suốt nhất là

phải có vài nhánh và chú ý đều đến việc phát triển cả về chiều sâu cả về bề rộng. Phát triển mở rộng đem mạng lưới của bạn trở nên chắc chắn hơn. Vậy là, hãy làm việc với cả hai nhánh và chi cho mỗi nhánh 1 ngày trong tuần. Bằng cách này bạn sẽ làm phong phú nguồn thu nhập của mình (có nhiều nguồn thu nhập) và phát triển doanh nghiệp theo bề sâu.

Bây giờ hãy trở lại ví dụ của chúng ta. Tôi làm việc với nhà phân phối của mình, giả sử anh ta tên là Trắc. Trắc đã ký hai gia đình có nguyện vọng tuân theo những nguyên tắc cơ bản, giả sử đó là gia đình Smith và gia đình Jones. Sang tuần sau, thay vì tổ chức buổi giới thiệu ở nhà Trắc, tôi đề nghị đến nhà Smith hoặc nhà Jones, hoặc đến được cả hai nhà thì càng tốt. Tôi nhắc Trắc để anh ta cầm theo tất cả những tài liệu ghi chép của mình và đến dự cuộc họp để học cách tổ chức một buổi giới thiệu. Lý do tôi tổ chức cuộc họp tại nhà những người bậc hai là ở chỗ sau này họ sẽ dễ dàng mời khách đến nhà mình hơn là tự do đưa khách đến nhà người lạ. Ở giai đoạn này tôi

vừa dạy Trắc cách tổ chức buổi giới thiệu vừa củng cố nhánh của chúng tôi theo chiều sâu

Hãy dành 5-8 tuần giúp đỡ bậc một của bạn củng cố tổ chức của họ. Tổ chức họp hàng tuần để hoạt động các nhà phân phối bậc hai.

Trong 5-8 tuần này bạn sẽ xác định được là liệu bạn đã có thủ lĩnh mong muốn đạt tới đỉnh cao trong doanh nghiệp, và như thế anh ta sẽ là người hợp tác đáng tin tưởng của bạn hay chưa? Hoặc là bạn sẽ hiểu ra rằng người này sẽ từ bỏ nhân dân thoái lui, hoặc là trút trách nhiệm của mình lên vai những người khác. Trong 5-8 tuần tất cả những vấn đề này sẽ được giải đáp

Nếu bạn cho rằng bạn đã có một đối tác thực sự, mong muốn thành đạt trong doanh nghiệp này, thì lúc đó hãy dạy anh ta (chị ta) tự tổ chức buổi giới thiệu. Như vậy, sau 5,7,8 tuần, khi họ đã sẵn sàng, hãy đẩy họ ra khỏi tổ, để họ tự tổ chức những buổi giới thiệu riêng của mình. (Tuy nhiên, bạn nên đến dự, nghe họ phát biểu, và chắc chắn rằng họ cảm thấy tự tin tại buổi giới thiệu

của họ. Nếu thực sự là như vậy, hãy để họ được tự do hành động).

Tiếp theo, mức độ trách nhiệm của bạn sẽ thay đổi – bạn chuyển sang vai trò tư vấn. Các phân phối viên của bạn thì tiếp tục công việc của mình – tổ chức các cuộc họp tại nhà, họp "chéo" hàng tháng, dạy người mới, vẫn tiếp tục "dãy chuyền" sao chép bản thân thông qua những buổi giới thiệu ""một chọi một" và những cuộc họp tại nhà.

Bây giờ công việc của bạn là hàng tháng bạn tư vấn cho các thủ lĩnh mới. Bạn phải tin chắc là anh ta (chị ta) trung thành tuân thủ hệ thống, và tấm gương của họ dễ sao chép. Hãy cố gắng xác định xem liệu anh ta (chị ta) có bị rơi vào cái bẫy vinh quanh "người hùng" không, bởi vì nhà anh ta (chị ta) đang tổ chức cuộc họp hàng tuần và các khóa học. Anh ta phải tuân theo quá trình 5-8 tuần để tiếp cận sâu với mỗi nhánh.

Và điều gì có thể xảy ra:

Sau 8 tuần sẽ hình thánh thủ lĩnh, và hàng tuần anh ta tự tổ chức các cuộc họp tại nhà những người trong nhóm của mình, và cả những nhóm thuộc tầng thấp hơn. Sang tuần thứ 9 hoặc tuần thứ 10 **những người bậc một của anh ta đã tự tổ chức được các buổi giới thiệu của mình.** Và thực tế là thủ lĩnh này đã không còn chịu hoàn toàn ảnh hưởng của bạn. Sau vài tuần nữa, những người đã tổ chức được cuộc họp sẽ hoàn thành công việc này và cũng trở thành thủ lĩnh ở tầng 3,4 hoặc 5 của bạn; họ cũng bắt đầu có những thủ lĩnh tiềm năng của mình. **Bằng cách đó một tổ chức hùng mạnh sẽ được thành lập. Bạn hoàn thành công việc của mình trong 5-8 tuần, sau đó bạn dạy cho người của mình sao chép quá trình này!**

Điều gì diễn ra với nhánh mà bạn đã xây dựng theo chiều sâu? Sau khi nhà phân phối lập được hai nhánh vững chắc (vững chắc có nghĩa là họ đã tự tổ chức được những buổi gặp), anh ta đã thảnh thơi, vì thế anh ấy có thể mời thêm 6 người đến dự buổi gặp mặt đầu tiên, rồi trong số đó anh

ta (chị ta) sẽ tiếp tục làm việc với 2 người tại nhà họ. Sau đó anh ta (chị ta) lặp lại đúng quá trình đó với hai người này; một cuộc họp này học được cách tự tổ chức buổi giới thiệu, và nhà phân phối của chúng ta sẽ lại được giải phóng. Trong suốt thời gian đó, hàng tháng bạn tiếp tục tổ chức cuộc họp "chéo" mở và những cuộc họp tại nhà. Điều này cho phép mỗi người trong nhóm của bạn được tham gia tổ chức những hoạt động lớn hơn để được đào tạo. Người ta đưa đến đây những ứng cử viên có hội chứng "bụt chùa nhà không thiêng"

Hệ thống: hai buổi họp vào tuần đầu, sau đó mỗi tuần tiếp theo 1 buổi, đó là phương pháp phát triển doanh nghiệp tốt nhất. Phương pháp này cho phép tạo được cơ chế sao chép, cho phép bạn xây dựng doanh nghiệp theo bề rộng mà không làm mọi người phải phụ thuộc vào nhau. Đây là hệ thống hoàn hảo, được lập nên **từ tầng này sang tầng khác.**

Một điểm đặc biệt của hệ thống này là: **nhiệm vụ chính của bạn là chính bản thân**

phải thành công. Còn nghiệm vụ thứ hai của bạn – **là hoạt động những người của chúng ta thành công.** Trong vấn đề này nhiều người bị nhầm lẫn.

Thật ra, bạn không thể chỉ ra cho mọi người cách nào khác để đạt đỉnh cao trong doanh nghiệp, ngoài chính tấm gương của bản thân mình. Lý thuyết cho rằng khi các nhà phân phối của bạn thành ocng6 thì bạn cũng sẽ thành công là không đúng. Lý thuyết đó nghe ra có rất hấp dẫn, nhưng không đúng. **Trong thực tế bạn phải là người thành công đầu tiên.** Lời nói chỉ là lý thuyết còn việc làm mới là vấn đề. Bất cứ nhà phân phối nào cụng sẽ không còn tôn trọng bạn nếu như ông ta thành công hơn bạn. Tất cả những gì yêu cầu bạn phải làm – đó là mỗi tuần tổ chức một buổi giới thiệu và tổ chức đủ số lần cần thiết. Một trong những nguyên tắc xây dựng theo chiều sâu là: **đừng bao giờ làm hộ nhà phân phối mới (hoặc không mới lắm) của mình những việc mà tự họ có thể la mình được.** Công việc của bạn – đó là không ôm việc vào

thân.

Khi làm việc với nhà phân phối mới hãy dành cho anh ta (chị ta) 5-8 tuần để xác định liệu anh ta có thể trở thành một chuyên gia kinh doanh theo mạng thực sự không. Hãy xuất phát từ những luận điểm cơ bản của kinh doanh theo mạng. Nếu nhà phân phối của bạn bày tỏ nguyện vọng muốn làm theo những luận điểm này, và muốn làm việc từ hai đến bốn năm thì hãy đào tạo anh ta và đưa anh ta vào hệ thống.

Yếu tố căn bản của quá trình xây dựng theo bề rộng là "ký" phân phối viên mới của bạn (mà có thể là vài người) vào ngay dưới bạn nhờ các buổi giới thiệu. Những người thành công nhất trong doanh nghiệp là những người đào tạo được mạng lưới của mình và đưa nó vào hoạt động. Hãy tìm cách tiếp cận với các ứng cử viên của mình,tổ chức cho họ những buổi giới thiệu "một chọi một", đưa họ vào "dãy chuyền:

Việc đầu tiên bạn phải làm sau khi "ký"

phân phối viên mới, là giới thiệu anh ta (chị ta) với người đỡ đầu của mình. người đỡ đầu của bạn càng sớm làm quen với nhà phân phối này thì càng sớm bắt đầu công việc với anh ta hơn. **Bạn "ký" phân phối viên mới (phát triển theo bề rộng) và đưa anh ta vào "dãy chuyền", còn người đỡ đầu của bạn thì tiến hành các buổi giới thiệu (phát triển theo chiều sâu).** Tiếp theo, bạn sao chép toàn bộ quá trình với người của mình. Hãy dạy họ "ký" người mới, rồi sau đó hãy giúp họ bằng cách tổ chức buổi giới thiệu trong các nhóm của họ.

Mục tiêu của bạn là giúp cho mọi người làm sao để họ bắt đầu kiếm được 5000 đô la thu nhập một năm càng nhanh càng tốt. Tôi có số tiền này là bước khởi diểm cho nhiều nhà phân phối.

Số tiền này đủ tiền để mua được tất cả những tài liệu cần thiết về marketing, để đầu tư cho chương trình tự hoàn thiện, để tham dự tất cảc hoạt động. Chỉ khi họ đạt được mức đó thì công việc của họ mới bắt đầu có trạng thái cân bằng. Họ sẽ không còn phải bỏ tiền túi ra để làm

doanh nghiệp, và ngoài ra, tất cả những việc họ làm sẽ mang lại thêm thu nhập. Bí quyết là ở chỗ người phải làm việc trong hệ thống ít nhất hai năm. Qua được thời gian làm việc ấy, họ sẽ hiểu được nhiều điều và không bỏ đi

Và quan trọng hơn cà là họ có điều kiện dự tất cả các buổi hoạt động và có chương trình tự hoàn thiện. Bạn thích thì tin, không thì thôi, nhưng đó đúng là bộ phận quan trọng nhất của quá trình xây dựng doanh nghiệp theo chiều sâu. **Bạn không đỡ đầu các thủl ĩnh của mình, mà bạn xây dựng họ**

Khi đến dự những cuộc họp lớn, các nhà phân phối liên tưởng mình với những người thành đạt luôn có trạng thái tinh thần tích cực. **Chỉ nghe những điều gì đó về những người này hoặc nghe họ nói trong các băng ghi âm thì vẫn chưa đủ – mà cần phải gặp riêng họ**

Khi dự hội nghị, họp hành, các thủ lĩnh được tiếp thềm năng lượng, tự tin hơn vào bản thân, vào Công ty mình, vào sản phẩm và dịch vụ,

tin vào cả ngành doanh nghiệp. Tất nhiên họ vẫn cần “, mài dũa” kỹ năng, nhưng niềm tin họ có được thì còn quan trọng hơn nhiều.

Đối với chương trình tự phát triển cũng tương tự …

Điều gì diễn ra trong thực tế? Đa số những người bạn đỡ đầu kém tin tưởng vào bản thân, vào vợ (chồng) mình. Họ lâm vào cảnh nợ nần, họ lo ngại cho tương lai của mình, và tiếp thu mọi việc đều dưới màu sắc ảm đạm. Suốt đời họ sống giữa những người hủy hoại ước mơ của họ bằng những câu chuyện rằng mọi điều đều tồi tệ, chính họ cũng tồi tệ và họ sẽ chẳng làm nên trò trống gì.

Và khi những người “tốt bụng” này biết có ai đó đã quyết định thay đổi cuộc sống của mình, họ sẽ ra sức tấn công. Bởi vì nhiều người đã không còn tin vào chính ước mơ của mình cho nên họ quay ra xúc phạm, nhạo báng và còn cố tình phá những người vẫn còn niềm tin vào ước mơ. Chương trình tự phát triển sẽ dạy cho mọi người

biết ước mơ: sống khỏe mạnh, hạnh phúc và thành đạt, và thực hiện tất cả những ước mơ của mình – thì điều đó thật tuyệt vời. Đây là quan niệm rất cơ bản của nhiều người – **họ cần được liên tục củng cố năng lượng tích cực để tiếp thu quan niệm này.** Khi đã có quan niệm đó, **họ vẫn tiếp tục cần được thường xuyên củng cố năng lượng tích cực để đối phó với những trở ngại mang tính tiêu cực đang rất phổ biến trong xã hội của chúng ta.** Những hội nghị và chương trình tự phát triển gợi lại niềm tin và khích lệ mọi người "Dãy chuyền" giúp họ dần dần đi vào hệ thống để biến ước mơ của mình thành hiện thực.

Quá trình 5-8 tuần này (hai ngày trong tuần đầu và mỗi tuần tiếp theo chỉ một ngày) dường như quá đơn giản, đến nỗi thực tế nhiều không hiểu hết sức mạnh của nó. **Đây chính là cách cần phải tiến hành xây dựng theo chiều sâu, làm ra thu nhập ổn định và bảo đảm tài chính cho những người bậc một của bạn.** Hãy sao chép quá trình này trong khi làm việc đồng thời với hai

nhánh, cho tới khi người của bạn đạt được sự ổn định về tài chính, và điều đó sẽ bảo đảm về sự ổn định của chính bản thân bạn.

Tôi thích kịch bản như sau: Tôi đề nghị các nhà phân phối mới của tôi dành 7-10 tiếng làm việc trong một tuần. Họ đồng ý, tôi sẽ tiến hành giới thiệu cho họ tại phòng khách của họ. Sau 8 tuần họ đã có thể làm việc tại phòng khách của những nhà phân phối của họ. Cứ như thế trong vòng 6 tháng. Sau đó tôi sẽ làm công việc tư vấn cho họ, họ sẽ có đánh giá về doanh nghiệp của mình. Đến lúc đó, trong kinh doanh theo mạng họ kiếm được ít nhất là bằng nửa số tiền họ đã có được ở nơi làm việc lần trước. Và điều này cũng dễ hiểu: ở đó họ đã làm việc 40-50 và thậm chí 60 tiếng trong một tuần, còn trong kinh doanh theo mạng họ làm việc tất cả chỉ có 7-10 tiếng một tuần. Tôi khuyên họ tăng thời gian làm việc lên 15-16 tiếng một tuần, nghĩa là dành thêm một buổi tối để dự giới thiệu. Một mặt điều đó không quá khó khăn đối với họ, mặt khác khoảng thời gian này nhiều hơn khoảng thời gian tôi yêu cầu

lúc đầu. Nhưng so sánh sự tăng thêm này với khoản thu nhập họ đạt được, tôi dám đánh cuộc rằng thời gian một ngày bổ xung trong tuần trong vòng 6 tháng hoặc thậm chí cả năm sẽ làm cân bằng thu nhập ở nơi làm việc trước đây với thu nhập trong kinh doanh theo mạng.

Tiếp theo là gì?

Bây giờ đã đến lúc họ làm việc 15 tiếng trong một tuần ở kinh doanh theo mạng mà kiếm được số tiền bằng với số tiếng khi họ phải làm 50 đến 60 tiếng ở nơi làm việc trước. Thay vài đề nghị họ nghỉ ngơi và thư giãn, tôi đề nghị họ làm việc thêm ngày thứ tư, có khi cả ngày thứ 5 trong tuần. Tôi muốn họ tiếp tục làm như vậy cho tới khi họ có thể trả hết nợ.

Một trong mục đích của tôi – là làm cho họ thoát khỏi nợ nần càng nhanh càng tốt. Vì vậy tôi hướng dẫn họ không được bỏ việc cũ kể cả khi thu nhập của họ trong kinh doanh theo mạng ngang bằng với khoản thu nhập của họ ở nơi làm chính. Bằng cách này họ sẽ tăng thu nhập

của mình lên gấp đôi. Họ sẽ có khoản thu nhập ổn định ở nơi làm trước cộng với khoản thu nhập cũng bằng như vậy từ kinh doanh them mạng. Tôi muốn họ bắt đầu trả nợ của mình trả hết tiền xe mua theo kiểu trả dần, thanh toán hết các hóa đơn. Và chỉ khi nào tôi thấy rằng trong kinh doanh theo mạng họ làm được nhiều tiền hơn ở chỗ làm trước, khi tôi biết là tài khoản của họ trong ngân hàng có khá nhiều tiền và họ đã hoàn toàn trả hết nợ, thì khi đó tôi mới khuyên họ bỏ việc cũ và dành thời gian hoàn toàn cho kinh doanh theo mạng.

Thêm một điểm quan trọng

Cái mà tôi gọi là "dành thời gian hoàn toàn cho kinh doanh theo mạng" chỉ là làm việc 25 tiếng trong một tuần. Đó là sự thật – nghĩa là bạn có thể có được khoản thu nhập 45-6 chữ số hàng tháng mà chỉ làm việc không quá 25 tiếng trong một tuần. Tại sao?

Thời gian tối ưu cho doanh nghiệp là từ 7h đến 10h tối. Đa phần mọi người làm việc từ thứ

hai đến hết ngày thứ sáu, vì vậy thời gian ban ngày không phải lúc nào cũng phù hợp. Thời gian tốt nhất là thứ 3 và thứ 5, từ 7h đến 10h tối. Thời gian muộn nhất để bắt đầu cuộc họp là 8h tối, bởi vì bạn phải mất gần 2 tiếng, nghĩa là đến 10h tối mới xong, 19h tối – đã là khá muộn vì thế cần phải kết thúc cuộc họp. Như vậy, những ngày tốt nhất là thứ 3 và thứ 5. Chiều thứ tư cũng có thể họ được, mặc dù nhiều người thích dến nhà thờ hơn. Chiều thứ hai là không được, bởi vì mọi người mới bắt đầu tuần làm việc, tuy nhiên cùng lắm thì vẫn có thể dùng được. Thứ 6 và thứ 7 là không được vì mọi người thích được nghỉ ngơi và giải trí vào thời gian na ỳ. Chiều chủ nhật nói chung hoàn toàn không được, còn sau bữa trưa ngày thứ 7 cũng có thể tổ chức được một cuộc họp tử tế. Như vậy chúng ta có 4 buổi tối và một buổi trưa là có thể làm việc thoải mái được.

Giả sử công việc kéo dài 3,5 tiếng 1 ngày và trong suốt 4 ngày. Như vậy tổng cộng là 14 tiếng. Còn bây giờ hãy cộng thêm 4 tiếng của ngày thứ 7 thành 18 tiếng. Còn 7 tiếng trong một

tuần để tìm ứng cử viên nếu cần lập thêm nhánh mới, làm những việc giấy tờ vặt vãnh, thời gian còn lại để thảo luận với các thủ lĩnh. Như vậy là, một người dành toàn bộ thời gian cho doanh nghiệp và làm việc với 3-4 nhánh (là số tối đa tôi khuyên các bạn nên làm) chỉ mất tất cả 25 tiếng trong một tuần. Còn tất cả thời gian còn lại anh ta có thể sống như mình đã hằng mơ ước. Hãy nghủ đến giữa trưa, nghỉ ngơi trên ban công, uống trà xanh, hoặc như tôi – ngắm nghìn những cánh buồm lướt trên mặt nước. Hãy dùng bữa sáng và bữa trưa ở nhà hàng, đi mua sắm, tóm lại là hãy sống phong lưu.

Cần phải làm như vậy vì hai lý do; thứ nhất, đó là dự kích thích lớn cho mọi người trong tổ chức của bạn, bởi lẽ họ cũng đang mơ ước có được một cuộc sống như thế. Thứ hai là nó thu hút được những ứng cử viên mới đến với bạn, vì họ cũng đang muốn có cuộc sống hài hòa và bình yên như của bạn. Bạn thật sự đang lôi kéo ngày càng đông người đến với mình.

Bạn càng ở lâu trong doanh nghiệp, thì

bạn dễ dàng làm được điều đó

Lưu ý! Tôi cần phải nhắc lại các ngày họp trong tuần như trên chỉ là giả định. Một lần tôi đã tổ chức buổi giới thiệu vào ngày lao động quốc tế và thậm chí vào ngay ngày giáp Tết. Nếu một người có mơ ước vĩ đại, thì không gì có thể ngăn cản nổi người ấy.

Làm việc với các nhánh, bạn có thể đưa mọi người đạt đến cấp bậc cao hơn trong doanh nghiệp, ít nhất là 10 người trong vòng 2-4 năm. Nói cách khác, họ sẽ có doanh nghiệp chắc chắn với 1 nhánh phát triển nhanh hoặc còn hơn nữa. Qua một thời gian nào đó, khi các nhánh này phát triển theo chiều sâu, thủ lĩnh sinh ra thủ lĩnh, và những người này lại tạo ra các thủ lĩnh mới. Theo kinh nghiệm của tôi, khi có 30-50 thủ lĩnh chính thì mạng lưới bảo đảm chắc chắn 100% đến hết đời. Thậm chí nếu ngày mai bạn qua đời, mạng lưới của bạn vẫn tiếp tục phát triển và trưởng thành.

GIAO TIẾP

Thêm một khía cạnh bạn nên chú ý khi muốn mạng lưới tăng trưởng ổn định và chắc chắn – là cách tiếp xúc của bạn với mạng lưới của mình. Tại những mạng lưới việc này được tiến hành theo những cách khác nhau

Một số người thích giao tiếp qua điện thoại hơn, và dành ra một khoảng thời gian nhất định để người khác có thể gọi điện nói chuyện với họ qua điện thoại. Những người khác chỉ thích tiếp xúc tại buổi họp. Họ thông báo với mọi người rằng họ sẽ đến sớm hơn 1 tiếng và về muộn hơn 2 tiếng. Họ tính toán là tất cả mọi giao tiếp sẽ diễn ra trong vòng thời gian gặp mặt. Riêng tôi, tôi thích tiếp xúc bằng phương tiện hộp thư thoại hơn.

Tôi cho rằng đó là phương tiện hiệu quả hơn cả để xây dựng mạng lưới. Chút nữa tôi sẽ giải thích lý do tại sao nhưng đều tiên tôi muốn nói là bạn cần phải lựa chọn xem bạn sẽ làm cách nào để liên hệ với mạng lưới của bạn. **bạn không nên đưa số điện thoại của mình cho tất cả mọi người trong mạng lưới và nói là anh ta**

có thể gọi cho bạn vào bất cứ lúc nào.

Vì như thế thì không bao giờ bạn có thể chỉ mất 25 tiếng trong một tuần, và bạn sẽ thấy rằng càng thành công trong doanh nghiệp bao nhiêu, bạn càng phải làm việc vất vả hơn bấy nhiêu.

Nhiều người thành đạt trong doanh nghiệp và kiếm được hàng đống tiền thì thực tế họ phải làm việc đến hàng trăm tiếng đồng hồ trong một tuần. Họ gọi điện thoại hoặc nhận hàng ngàn cú điện thoại trong tuần. Tôi thì chỉ gọi tất cả 6-10 cuộc trong một tuần, thời gian còn lại tôi nhắn tin qua hộp thư thoại.

Dùng hộp thư thoại có thể nâng cao chất lượng công việc. Chúng ta mất ít thời gian hơn, nhưng làm việc hiệu quả hơn. Bạn sẽ không phải nhận những tờ hóa đơn thanh toán điện thoại khổng lồ, không phải mất 20- 30 tiếng trong một tuần để tán gẫu vô ích qua điện thoại.

Chúng tôi không dùng hộp thư thoại như điện thoại tự động trả lời. Chúng tôi dùng nó làm

phương tiện giao tiếp với mạng lưới. Tôi truyền thông báo theo đúng dãy đỡ đầu. Tôi chỉ gửi thông báo cho những nhà phân phối bậc một của mình, tôi không tiếp xúc với cả nhóm. Có thể bạn muốn biết là tại sao tôi không gửi thông báo cho từng người phải không? Bởi vì việc đó không đem lại kết quả sao chép.

Chính vì thế cho nên chỉ có những nhà phân phối bậc một mới có được thông tin từ tôi. Hơn nữa vì đó là tổ chức của họ.

Họ sẽ tự quyết định có gửi tiếp thư của tôi cho các phân phối bậc một của họ và sâu hơn nữa, hay không

Những thông tin chúng tôi gửi qua hộp thư thoại thường là những thông báo về các cuộc họp, về những loại sản phẩm mới, về những thay đổi gấp hoặc là những thông báo từ Công ty, cũng như những lời khuyên và những lá thư động viên của các thành viên trong mạng lưới.

Giả sử trong nhánh của Garri có người định

tự tổ chức buổi giới thiệu đầu tiên tại nhà mình. Anh ta ghi một thông báo ngắn (trong vòng 30 hoặc dưới 230 giây) về việc đó và gửi nó cho Garri, Garri lại chuyển nó đến tôi. Nếu tôi thích thông báo này, tôi sẽ sao lại và gửi cho những người bậc một của tôi. Nếu như họ thích thông tin đó họ lại sao chép và gửi cho người của họ. Việc này rất khích lệ những người mới chưa từng tổ chức một buổi giới thiệu nào mà chỉ đang chuẩn bị làm việc đó hoặc là những người từ lâu đã không tổ chức giới thiệu. Lắng nghe những băn khoăn, lo lắng của người mới trong khi họ chuẩn bị tổ chức cuộc họp đầu tiên là rất có ích.

Thậm chí chúng tôi còn nhận được tin nhắn của những người đã tổ chức buổi họp vắng tanh, vì không có ai đến. Và họ thông báo là họ vẫn cứ tiến hành cuộc họp, vì họ biết rằng cả tương lai của họ phụ thuộc vào việc này. Những thông báo tương tự có thể khích lệ được hàng nghìn người.

Để phương pháp này hoạt động thực sự có hiệu quả, bạn phải sử dụng nó ít nhất ba lần trong một ngày. Các thủ lĩnh bậc trên sử dụng nó

5 lần/1 ngày. Bạn có thể mở hộp thư chỉ 5 hoặc 10 phút, và các thông điệp sẽ nhanh chóng đến với tất cả mọi người trong tổ chức. Nếu mỗi ngày bạn chỉ nghe thông báo một lần như nhiều người vẫn làm, thì thông báo của bạn đến được với những người bậc 4 hoặc 5 sau gần một tuần. Thông báo có thể đến ngay sau khi bạn vừa mới nghe hết các tin đã đến trước đó, và như vậy phải 24 tiếng sau bạn mới nghe tới nó. Khi các nhà phân phối kiểm tra hộp thư thoại 3 lần/1 ngày thì thông báo của bạn sẽ lan khắp tổ chức trong khoảng 24-48 tiếng.

Chính vì tiếp xúc thường xuyên, đào tạo, hướng dẫn và động viên bằng phương tiện hộp thư thoại (như trường hợp của tôi) sẽ giúp cho việc hình thành mạng lưới lớn mạnh. Hãy chọn phương pháp giao tiếp mà bạn cảm thấy phù hợp, và sử dụng phương pháp đó. Tốt nhất là bạn hãy dùng những phương pháp mà dãy đỡ đầu của bạn đã dùng để họ tiện giúp đỡ bạn.

Tôi muốn dừng lại một chút ở kỹ thuật mới nhất có thể có ích cho việc giao tiếp ở tổ chức

của bạn. Đó là truyền hình qua vệ tinh, hòm thư điện tử và Internet.

Truyền hình qua vệ tinh, vì giá cả quá cao và khó sao chép, cho nên bạn cần loại nó ra khỏi hệ thống đào tạo của nhóm mình. Phương tiện này tốt nhất chỉ sử dụng khi văn phòng Trung tâm của Công ty gửi thông báo đến mọi miền của đất nước. Trên thực tế nhiều người đến nay vẫn chưa có đĩa vệ tinh.

Việc dùng máy tính điện tử cũng có vấn đề là ở chỗ đến 50% mọi người không có máy tính. Vì vậy không nên dùng hòm thư điện tử. Tất cả những gì bạn dùng mà người kác không có, đều làm cho bạn trở thành không sao chép được. Nếu bạn dùng hòm thư điện tử thì những người không có máy tính (ví dụ như tôi) sẽ cảm thấy dùng hộp thư thoại, tiếp xúc trong các cuộc họp hoặc qua điện thoại. Đừng cho phép người của bạn gọi điện cho bạn bất kỳ lúc nào họ muốn.

Tất nhiên, người ta sẽ gọi điện thoại cho bạn từ 8 giờ sáng đến 11 giờ đêm, thậm chí có khi

đến tận 2-3 giờ đêm hoặc 5 giờ sáng vì mọi người không nghĩ là bạn đang sống ở múi giờ khác. **Cách duy nhất mà nhờ nó bạn có thể điều khiển được tổ chức của mình- đó là điều khiển bằng cơ chế giao tiếp với tất cả mọi người do bạn tự quy định.**

Hãy điều khiển cơ chế giao tiếp, hãy đưa ra một hệ thống hoàn toàn có thể sao chép được, hãy tuân theo phương pháp 5-8 tuần dành cho các nhà phân phối mới, và bạn sẽ xây dựng được tổ chức hùng mạnh và không ngừng phát triển theo chiều sâu. Còn bây giờ hãy nghiên cứu những biện pháp chiến lược mà các thủ lĩnh phải áp dụng khi đạt được điều đó.

CHƯƠNG XII

CHIẾN LƯỢC THỦ LĨNH NHẰM THÚC ĐẨY MẠNG LƯỚI TĂNG TRƯỞNG NHANH CHỐNG

Nguyên nhân phổ biến nhất dẫn đến thất bại của nhiều người trong doanh nghiệp này là ở chỗ họ không xác định được những người có thể trở thành thủ lĩnh trong tổ chức của, và không làm việc với những người đó. Ngoài ra bạn cần phải biết cách xác định các thủ lĩnh trong dãy đỡ đầu của bạn. Đây là nguồn giúp đỡ tin cậy nhất cho công việc của bạn. **Bạn cùng với người đỡ đầu và với cả dãy đỡ đầu của mình phải làm việc thường xuyên theo một một hướng, các mục tiêu của bạn bới họ không được mâu thuẫn nhau.** Bạn tìm trong dãy đỡ đầu của mình người nào quan tâm đến việc có một mạng lưới phát triển vững chắc theo chiều sâu. Hãy quan sát xem người này giao tiếp với người của mình như thế nào (bằng hộp thư thoại, tiếp xúc buổi họp… và hãy áp dụng chính những biện pháp đó vào tổ

chức của mình. Thông thường bạn chọn cách giao tiếp với mạng lưới của mình giống như cách mà dãy đỡ đầu của bạn dùng để giao tiếp với bạn.

Một trong những yếu tố có tác động mạnh nhất của cơ chế hỗ trợ mà Công ty và dãy đỡ đầu của bạn có thể dành cho bạn – đó là **lịch trình các sự kiện.** Hãy nghiên cứu nó và cố gắng kết hợp các hoạt động của mình với các hoạt động của Công ty. Tôi sẽ giải thích cho bạn biết cách làm việc này như thế nào.

Chẳng hạn, cứ thứ ba hàng tuần bạn tổ chứ buổi giới thiệu tại nhà cho các phân phối viên của mình. Nếu hôm đó người đỡ đầu của bạn cũng tổ chức giới thiệu thì tốt nhất là bạn hãy hợp nhất cuộc gặp gỡ của bạn với buổi giới thiệu của người đỡ đầu. Các thủ lĩnh trong tổ chức của bạn cũng phải làm như vậy.

Lưu ý: Cần làm như vậy chỉ khi cuộc gặp của bạn trùng giờ với cuộc gặp qua trọng hơn. Những cuộc gặp theo kế hoạch trong tuần vẫn cần được tổ chức theo đúng tiến bộ. **Bạn phải**

điều chỉnh chương trình hoạt động của mình theo chương trình hoạt động của dãy đỡ đầu của bạn. Vì đó là những hoạt động có hiệu quả hơn mà nhiều người tham dự. Bạn luôn phải tuân theo quy tắc này. Nếu bạn làm như vậy, thì các nhà phân phối của sẽ noi gương bạn.

Một trong những chiến lược thủ lĩnh quan trọng nhất là có một hệ thống các buổi gặp gỡ và tập huấn hữu hiệu và đánh tin cậy. Bây giờ tôi muốn dừng lại ở vấn đề này một cách cặn kẽ hơn.

Tôi muốn nhấn mạnh rằng bạn chỉ nên tổ chức một buổi giới thiệu tại mỗi một vùng của bạn. Và nếu như các buổi giới thiệu tại nhà bạn đã đông người đến mức các vị khách của bạn thấy chật chội, thì điều đó vẫn không có nghĩa là bạn phải tổ chức ở khách sạn. Điều đó chỉ chứng tỏ rằng bạn đã tổ chức không đúng (tất nhiên không kể những cuộc họp tại nhà của toàn bộ nhánh bạn)

Điều đó có nghĩa là bạn đã tự tạo mình thành một "người hùng" và mọi người đều cố gắng đưa khách mời đến nhà bạn (hoặc là chính họ muốn xem bạn tổ chức cuộc gặp như thế nào). Bạn phải tổ chức tốt các buổi gặp tại nhà trong khoảng 5-8 tuần, sau đó hãy để một người khác thay mình. **Mỗi một cuộc gặp tại nhà phải có số lượng người không quá số lượng hợp lý cho các buổi họp như thế.** Tóm lại, giả sử nếu bạn đỡ đầu cho Garri và Vicky, và bạn phải giúp họ ký được 3 thủ lĩnh, thì bạn sẽ phải tổ chức 3 buổi giới thiệu riêng tại nhà trong khoảng vài tuần. Vài tuần sau sẽ phải tổ chức vào chục buổi giới thiệu tại nhà. Và cuối cùng số lượng những buổi giới thiệu tại nhà lên đến vài trăm, mà có thể đến hàng nghìn!

Toàn bộ bí quyết là ở chỗ không cần phải tổ chức các buổi gặp gỡ lớn hàng tuần lại khách sạn, tốt hơn hết là xây dựng mạng lưới của mình nhờ các buổi giới thiệu nhỏ tại nhà.

Chỉ tổ chức ở khách sạn khi bạn tổ chức những buổi giới thiệu và những cuộc gặp lớn

hàng tháng của mạng lưới của bạn.

Bạn tổ chức càng nhiều buổi giới thiệu tại nhà thì sẽ càng có nhiều buổi giới thiệu "chéo", và các nhà phân phối của bạn sẽ tổ chức càng nhiều buổi giới thiệu tại nhà họ hơn. Chu kỳ phát triển cứ thế tiếp diễn đến vô tận.

Hãy làm theo một chế độ chính xác: hai buổi gặp cho nhà phân phối mới của bạn trong tuần đầu và sau đó mỗi tuần một buổi, và người của bạn sẽ bắt đầu sao chép hệ thống của bạn. Kết quả là bạn sẽ có cả một hệ thống những buổi giới thiệu tại nhà. Sau đó mỗi tháng bạn hãy tổ chức 1 buổi gặp chung, gặp chéo các nhánh trong mạng lưới của bạn. Bây giờ giả sử là bạn đã đạt trình độ cao nhất ở thành phố bạn, có nghĩa bạn là người phải tổ chức cuộc gặp chung cho mạng lưới của mình. Nếu bạn mới đạt mức trung bình và bạn có một người đỡ đầu đạt mức cao hơn, và ông ấy tổ chức các cuộc gặp chung hàng tháng thì bạn phải kết hợp với ông ta và tham gia vào những buổi đó. Nếu mạng lưới của bạn là một phần trong mạng lưới lớn của thành phố thì

bạn phải cùng với mạng lưới của mình tham gia vào những cuộc gặp chung hàng tháng. Nếu ở thành phố này không có ai trong dãy đỡ đầu của bạn thì bạn phải có trách nhiệm tổ chức và tiến hành những cuộc gặp chung hàng tháng. Như đã nhận định ở trên, mỗi tháng một lần bạn phải tổ chức cuộc gặp mở chung.

Tiếp theo bạn cần phải chuyển sang mức độ cao hơn – tổ chức hoạt động từng quý và tổ chức những **sự kiện chính.** Và tôi lại nhấn mạnh rằng quan trọng là phải biết kết hợp các hoạt động của dãy đỡ đầu của bạn với các hoạt động lớn của Công ty.

Nếu Công ty bạn tổ chức đại hội hàng năm thì với bạn đó phải là sự kiện chủ yếu nhất. Nếu nó được tổ chức vào mùa hè thì đó phải là sự kiện chính của mùa hè. Nếu Công ty bạn mỗi quý một lần tổ chức hội nghị của các thủ lĩnh, thì đó phải là sự kiện chính của bạn trong quý đó. Và nếu như Công ty tổ chức các hoạt động và các hội nghị vào mùa nhất định, thì chúng phải là những sự kiện chính của các mùa ấy.

Dưới đây tôi cố gắng bày cho bạn cách xác định những sự kiện cần thiết và đưa các sự kiện đó vào lịch làm việc của mình.

Tôi nghĩ rằng một nhà phân phối trung bình có thể cho phép mình chỉ được dự 1 hoạt động lớn trong 1 năm. Ở đây với cụm từ "hoạt động lớn" tôi muốn nói đến sự kiện mà để đến dự nhà phân phối phải mua vé máy bay, phải đặt phòng khách sạn và có mặt ở đó vài ngày. Một lần đi dự hoạt động như thế trong 1 năm là tất cả những gì nằm trong khả năng của nhà phân phối trung bình. Công ty có thể vẫn tổ chức thêm một "hoạt động lớn" vào chính năm đó, nhưng chỉ dành cho các thủ lĩnh. Ví dụ như ở tổ chức của mình mỗi năm một lần tôi tổ chức Hội đồng thủ lĩnh. Thông thường tôi tổ chức vào mùa đông tại một nơi thú vị nào đó như ở Hawai. Đây là "hoạt động lớn", muốn đến dự các nhà phân phối phải chi một khoản tiền nhất định, phải mua vé máy bay…nhưng hoạt động này tôi tổ chức riêng cho các thủ lĩnh. Họ làm được nhiều tiền hơn và có thể cho phép mình tham gia hoạt động này được. Nhưng sau đó tôi

còn tổ chức một hoạt động nào đó vào chính quý này (cho toàn vùng) dành cho những nhà phân phối ở bậc trung bình.

Có khi tôi lên kế hoạch cả hai quý khác. Bạn muốn tổ chức những hoạt động mà mọi người có thể tham được. Nếu họ cần phải chi chút ít tiền cho việc đó thì cũng là bình thường, nếu họ phải đi xa mới đến được nơi tổ chức, thậm chí phải ngủ lại ở khách sạn một đêm, thì cũng là bình thường, nhưng cái chính là phải vừa tầm, ví dụ như đi xe ô-tô mất 3-4 tiếng. Hoạt động này đòi hỏi mất một vài khoảng chi phí và đặt ra cho nhà chi phối một số trách nhiệm, nhưng không lớn như Đại hội hàng năm.

Chúng ta đã nói với nhau là để tham gia vào hoạt động chính thì cần phải thu nhập gần 5. 000 đôla/1 năm. Sơ đồ này đúng nếu như Công ty của bạn tổ chức một "hoạt động lớn" trong một năm. Nếu như trong một năm công ty tổ chức tới 4 hoạt động thì chỉ có các thủ lĩnh mới có khả năng để tham gia, còn những người phân phối bậc trung bình thì không thể. Để xây dựng một mạng lưới

lớn, bạn cần phải tổ chức các hoạt động theo quý ở mỗi vùng mà bạn có nhiều người.

Đây là ví dụ về việc lên lịch hoạt động của tôi:

Vào tháng Giêng tôi tổ chức họp Hội đồng thủ lĩnh cho các thủ lĩnh tiên tiến nhất trong mạng lưới của tôi. Chúng tôi cùng tổ chức những cuộc họp nhằm xác định mục tiêu cho tất cà các tầng thấp hơn vào những ngày nghỉ. Đó là vào tối thứ 6 và ngày thứ 7. Chiều thứ sáu thảo luận tất cả các vấn đề liên quan đến tầm nhìn, đặt mục tiêu, lập kế hoạch cho năm sau, còn cuộc họp ngày thứ 7 là hướng dẫn những phương pháp để đạt được mục tiêu đề ra. Các thủ lĩnh tiên tiến tham gia họp Hội đồng thủ lĩnh, qua các tập huấn về chiến lược thủ lĩnh, còn các nhà phân phối tham gia vào các hoạt động tập huấn theo vùng bàn về việc đạt mục tiêu.

Mùa xuân tôi tài chính những cuộc họp theo khu vực. Các cuộc họp diễn ra trên khắp cả nước, tại những thành phố lớn nơi có các mạng lưới

phân phối viên. Mùa hè có Đại hội hàng năm của Công ty, nó nằm trong lịch của tôi. Đó là hoạt động chính nhất trong năm mà các phân phối đềm tham gia. Sau đó, vào mùa thu, cứ vào thứ 6 và thứ 7 chúng tôi lại tổ chức những cuộc họp và tập huấn theo khu vực. Thứ 6 chúng tôi tổ chức những buổi gặp mặt giống như những buổi giới thiệu. Các nhà phân phối có thể đưa bạn bè và người quen của mình đến dự, còn thứ 7 chúng tôi huấn luyện về doanh nghiệp.

Nếu như bạn là một trong những nhà phân phối lớn nhất trong vùng bạn thì tôi có thể cho bạn thêm vài lời khuyên bổ ích. Bạn hãy tổ chức những buổi huấn luyện về sản phẩm của Công ty và về tổ chức doanh nghiệp mỗi tháng 1 lần. Riêng tôi, tôi không tổ chức riêng các buổi tập huấn này. Tôi kết hợp chung làm một buổi. Đôi khi tôi tổ chức huấn luyện về doanh nghiệp sau những cuộc gặp lớn như kiểu: Trao đổi ngoại khóa" Nếu chúng tôi có buổi giới thiệu từ 7h30 đến 9h30 tối, thì sau đó chúng tôi nghỉ giải lao một chút rồi tổ chức "trao đổi ngoại khóa" cho

các nhà phân phối. Huấn luyện về sản phẩm của Công ty cũng có thể được tổ chức theo cách này hoặc vào một buổi chiều khác. Cuộc trao đổi này có thể không mang tính chính thức và kéo dài 30-45 phút. Bạn có thể nói kỹ về một vài ưu điểm của sản phẩm Công ty bạn, bạn nói cho mọi người này có gì khác với những sản phẩm gần giống. Chúng tôi muốn các nhà phân phối của chúng tôi biết về sản phẩm càng nhiều càng tốt, Việc này giúp họ trong doanh nghiệp của họ.

Lưu ý: Tập huấn về sản phẩm và về doanh nghiệp – đó là những hoạt động mang ý nghĩa khu vực, và tôi đề nghị để **các nhà phân phối dày dặn kinh nghiệm nhất khu vực bạn** tổ chức những buổi này. Rất quan trọng là bạn không thề bị ghép vào vai "người hùng". Việc đó có thể xảy ra, nếu như hàng tuần bạn tổ chức tập huấn hoặc hàng tháng bạn lại tập hợp tất cả các phân phối viên tại nhà mình và giảng dạy cách "tổ chức giới thiệu". Người của bạn bắt đầu nghĩ rằng trước hết họ cần phải **học tập** về doanh nghiệp này, rồi sau đó mới bắt đầu làm. Thực tế không phải

như vậy.

Thực tế các phân phối viên phải vừa học vừa làm đặc biệt. Bí quyết của doanh nghiệp này là ở chỗ người ta đồng thời **vừa học, vừa làm việc, và vừa dạy** người khác. Thay vì dạy các phân phối viên của bạn cách tổ chức buổi giới thiệu "một chọi một", bạn hãy cùng với phân phối viên mới của bạn tổ chức buổi giới thiệu tại nhà, bạn hãy mời họ đến nhà bạn và tổ chức buổi giới thiệu để họ được cùng tham gia.

Khi tổ chức các hoạt động này một cách thường xuyên và liên tục, bạn sẽ khích lệ được người của mình, có nghĩa đây chính là dạng tập huấn mà họ cần, nó dẫn đến dự tăng trưởng, những hoạt động này sẽ là động cơ thúc đẩy doanh nghiệp của bạn. Nhiệm vụ chính của bạn với tư cách một thủ lĩnh là ở việc duy trì những hoạt động này một càch thường xuyên và có hệ thống. Tôi nhắc lại rằng, **rất quan trọng là phải thường xuyên giữ liên hệ với dãy đỡ đầu của bạn và phối hợp, thống nhất các hoạt động của bạn với các hoạt động của Công ty (phải**

kiểm tra để các buổi gặp không bị trùng lặp đề tài và số lượng các sự kiện không quá nhiều đối với các phân phối viên của bạn). Nếu như có quá nhiều các hoạt động, mà giá cả của chúng lại quá cao, thì các phân phối viên sẽ không đến dự, và tổ chức sẽ bắt đầu xuống cấp. Hãy cân nhắc kỹ lưỡng trình tự các hoạt động và bạn sẽ có một phương pháp bảo đảm phát triển ổn định mạng lưới của bạn.

Bây giờ hãy nghiên cứu một chiến lược thủ lĩnh quan trọng khác

TRAO ĐỔI Ý KIẾN HÀNG THÁNG

Hãy nghiên cứu tác dụng của chúng. Giả sử bạn đã đạt trình độ Giám đốc Đồng và mức tiếp theo là Giám đốc bạc. Bạn sẽ trao đổi ý kiến với các Giám đốc thuộc dãy đỡ đầu của bạn.

Sau đó, khi bạn đạt đến trình độ Giám đốc Bạc và nếu như người đỡ đầu của bạn vẫn chỉ là Giám đốc bạc, thì bạn sẽ không hỏi ý kiến ông ta nữa. Thay vào đó bạn đến gặp người đỡ đầu của

ông ta, tức là gặp Giám đốc Vàng. (như chúng ta đã nói ở trên, nếu bạn muốn biết cách trở thành Giám đốc Vàng. Nếu bạn muốn trở thành Giám đốc Kim Cương, thì bạn cần phải trao đổi với người đã trở thành Giám đốc Kim cương). Bạn cần phải trao đổi ý kiến với những người thuộc cấp bậc cao hơn bạn ở Công ty bạn. hệ thống này bảo đảm cho mỗi người có thể có được những lời khuyên bổ ích, có chuyên môn… và mỗi cấp bậc chỉ làm việc với một lượng người vừa phải mà mình có khả năng thu xếp thời gian để làm việc. Cả dãy đỡ đầu cũng làm việc như thế: bạn làm việc với các thủ lĩnh của bạn, đến lượt họ, họ lại làm việc với các thủ lĩnh của mình và cứ như thế. Nếu người đỡ đầu của bạn cũng thuộc cấp bậc như bạn, thì bạn phải hướng đến các cấp bậc cao hơn, và bạn sẽ luôn luôn tìm thấy người muốn làm việc với bạn.

Cần phải nhấn mạnh rằng, nếu người đỡ đầu của bạn cũng ở cấp bậc ngang bằng với bạn,thì điều đó không có nghĩa ông ta là một thủ lĩnh tồi, hoặc là ông ta không hiểu

doanh nghiệp. Điều đó chỉ có nghĩa là ông ta đã giúp bạn phát triển mạnh, đã giúp bạn đạt đến trình độ của chính mình, mà bản thân ông ta vẫn chưa lên được mức độ cao hơn. Và đừng lên án ông ta về việc này. Bạn phải thừa nhận là ông ta đã giúp bạn đạt được cấp bậc đó và hãy trao đổi ý kiến với người có trình độ cao hơn trong dãy đỡ đầu của bạn. Nhiệm vụ của bạn là tiếp thu kinh nghiệm. Có ai đó đã mắc phải những sai lầm mà bạn còn mắc phải, như vậy là bạn có thể tiết kiệm được vài năm mà vẫn có được kinh nghiệm quý báu. Hãy cởi mở và học hỏi: những người đỡ đầu của bạn cũng rất mong muốn bạn thành công.

Lưu ý: Các lời khuyên chỉ có thể giúp ích trong trường hợp bạn có thái độ nghiêm túc. Người đỡ đầu của bạn chỉ có thể giúp bạn khi có thông tin đúng để làm việc. Đừng có khoe là bạn có mười hai nhánh, nếu trên thực tế chỉ có hai trong số đó là có làm việc. Trong trường hợp ngược lại những lời khuyên sẽ chẳng giúp gì được cho bạn.

Bây giờ ta hãy nghiên cứu cách thức tư vấn.

Hãy tập hợp tất cả những thông tin cần thiết. bạn có thể tìm thấy vài ví dụ tư vấn điển hình trong quyển sách "MLM Power Weekkend Home Study Progam" (tức "sách tự học về kinh doanh theo mạng") của tôi. Khi bạn tư vấn cho ai đó, bạn cần biết trình độ của người đối thoại với bạn, nhóm của họ có bao nhiêu phân phối viên, bao nhiêu nhánh, phải biết khối lượng hàng bán ra trung bình hàng tháng và một vài số liệu khác.

Có lẽ, số lượng nhánh và số thủ lĩnh trong tổ chức là những số liệu quan trọng

Với tôi, đó là những đặc trưng quan trọng nhất xác định mức tăng trưởng sau này. Nếu chúng ta biết là trong nhánh có 15 người và không có lấy một thủ lĩnh nào, thì có thể nhận định chắc chắn rằng sau 3 tháng trong nhánh sẽ còn lại không quá 1-2 người. Và ngược lại, nếu cả nhánh chỉ có 2 người mà cả hai người đều là những thủ lĩnh sẵn sàng làm việc, thì có thể khẳng định rằng sau 1-2 tháng trong nhánh sẽ có tới 40 đến 50 người. **Thủ lĩnh đào tạo nên thủ lĩnh.** Tiêu chuẩn quan trọng nhất để đánh giá tổ chức là **số**

lượng thủ lĩnh trong tổ chức đó.

Sau đó hãy sao chép quá trình này với người của mình. Đây là vài lời khuyên về cách tư vấn.

Câu hỏi thứ nhất tôi đặt ra là: "Tuần trước bạn tổ chức buổi giới thiệu tại nhà ai?" Đó là câu hỏi đáng giá "triệu đô la" bởi vì nó đánh ngay vào bản chất vấn đề. **Nếu ai đó không hề tổ chức một buổi giới thiệu nào trong bảy ngày qua, thì đó là sự vi phạm nghiêm trọng quá trình sao chép.** Nếu đúng là như thế, thì chúng ta phải giải thích rõ nguyên nhân.

Nếu như không tổ chức một buổi giới thiệu nào trong suốt khoảng từ 5 đến 8 tuần, thì người này đơn giản là không làm việc. Tất nhiên, đó là việc riêng của anh ta. Nhưng nếu những người như thế đến hỏi ý kiến bạn, thì nhiệm vụ của bạn là giải thích rõ xem vấn đề là ở chỗ nào và **bắt buộc họ phải làm việc.** Bạn phải cho họ hiểu rằng, nếu như họ cứ tiếp tục tình trạng này thì cả bạn và Công ty đều không thể giúp gì cho họ được. Bạn có thể nhắc lại cho họ về những

mục tiêu mà họ đặt ra trong buổi tập huấn và hỏi họ xem liệu họ có nghiêm túc với những nhiệm vụ tự họ đặt ra không.

Cũng có thể (tuy rất đáng ngờ) là họ đã làm việc, nhưng họ đã bỏ phí thời gian trong vài tuần cuối. Khi tiếp tục quan sát, chúng ta thường vấp phải một trong hai vấn đề: người của họ gọi điện và hoãn buổi giới thiệu tại nhà vì lý do là mọi người không đến, hoặc là… các phân phối viên không muốn tổ chức những buổi giới thiệu tại nhà hoặc họ hứa là họ sẽ sớm làm việc đó.

Trong trường hợp đầu rất dễ giải quyết vấn đề. Thông thường thì đó là trường hợp họ không tổ chức buổi nói chuyện "một chọi một", mà mời luôn ứng cử viên chưa được chuẩn bị của mình đến dự buổi giới thiệu tại nhà. Việc đó không thể chấp nhận được và dẫn đến kết quả là những người được mời không đến hoặc hoãn. Nếu lại bắt đầu những cuộc nói chuyện "một chọi một" với các ứng cử viên, thì có thể dễ dàng khắc phục được vấn đề.

Nguyên nhân thứ hai có thể là các cuộc nói chuyện "một chọi một" của các phân phối viên không hiệu quả lắm. Họ kể về doanh nghiệp cho nhiều người nhưng không ai trong số đó có mong muốn làm quen với nó. Trong trường hợp này, nguyên nhân có thể là vì họ **bị ném ra khỏi tổ quá sớm.** Cũng có thể cần phải quay lại những buổi giới thiệu "hai chọi một" hoặc tổ chức buổi giới thiệu diễn tập và cố gắng xác định những điểm yếu của họ. Sau khi thực hiện được điều đó, bạn phải quay trở lại quá trình sau 5 đến 8 tuần.

Ở ví dụ 2, khi các nhà phân phối có thái độ miễn cưỡng với việc tổ chức các buổi giới thiệu tại nhà và họ liên tục hoãn, câu trả lời cũng thật đơn giản. Nghĩa là họ không thuộc những phân phối viên tích cực. Họ có thể chỉ là những người hâm mộ, những người chỉ nói về xây dựng doanh nghiệp, còn tự do, họ chỉ quan sát những người khác làm. Cũng có thể, họ hài lòng với việc bán lẻ, tức là "kinh doanh nhỏ", mà không nghĩ tới việc xây dựng một doanh nghiệp lớn.

Khi bạn nói chuyện với họ về vấn đề này, họ có thể thay đổi lập trường, bắt đầu xây dựng doanh nghiệp lớn, và thật sự đạt được kết quả cao.

Ơ đây tôi muốn lưu ý một vài điểm

Trường hợp mà tôi vừa nêu (những người làm “kinh doanh nhỏ” mà lại ra vẻ mình là các nhà “doanh nghiệp lớn”) rất hay gặp trong thực tế. Khi giải thích ra vấn đề thì kể cả các nhà phân phối dày kinh nghiệm cũng cảm thấy như trút được gánh nặng trên vai. Họ cầu cạnh, bợ đỡ, bằng mọi cách cố kéo đến đích những người không tự vươn tới điều đó. Khi họ hiểu ra điều này thì họ chỉ làm những việc thực tế có thể thúc đẩy doanh nghiệp của họ phát triển. Tôi muốn nói là họ đã thực sự tìm những người xây dựng “doanh nghiệp lớn” và đưa họ vào quá trình 5-8 tuần

Điều tiếp theo tôi muốn lưu ý liên quan đến “những người hâm mộ” và những người làm “kinh doanh nhỏ”. **Hãy yêu quý họ!** Những người

"kinh doanh nhỏ" chính là nguồn tiếp sức cho doanh nghiệp của bạn. Họ tạo ra doanh số, đưa những người xây dựng "doanh nghiệp lớn" đến, và nhiều người trong số họ có thể tự phát triển, trở thảnh các nhà phân phối thành công. Còn "những người hâm mộ", tôi không biết liệu bạn có tin hay không, nhưng họ làm rất xuất sắc công việc mà họ phải làm. Thay vì để mắng nhiếc họ bởi họ không thể tổ chức cho bạn một cuộc găp, bạn hãy nhượng bộ. Hãy cho họ biết là bạn luôn luôn sẵn sàng giúp đỡ họ khi họ cần. Nếu bạn thông báo cho họ về lịch hoạt động, mời họ đến dự các chương trình tự hoàn thiện, đưa họ vào hệ thống giao tiếp của bạn thì rất có thể là vài người trong số họ sẽ trở thành những người phân phối có hiệu quả. Hãy yêu quý họ và cho họ khả năng được phát triển như ý họ muốn.

Những gì tôi đã nói với bạn trên đây là mục đích chính của việc tư vấn, đó là: **dạy người của bạn cách bố trí thời gian, ở đâu và như thế nào.** Điều này làm chi những điều tôi đã nhắc đến ở đầu chương trở thành đơn giản – đó là cách

nhận biết thủ lĩnh. Chỉ bằng cách bạn mới có thể bảo đảm được độ sâu vững chắc cho tổ chức của bạn

Và rốt cuộc, chiến lược thủ lĩnh cuối cùng là tuân thủ hệ thống một cách nghiêm ngặt. Có lẽ bạn đã kịp nhận ra rằng tôi là người ủng hộ cuồng nhiệt việc tuân thủ hệ thống, và tôi nghĩ bạn đã biết tại sao. **Tất cả những gì giúp doanh nghiệp của bạn phát triển – đó là sự thu hút người của bạn tham gia vào chương trình tự hoàn thiện, thường xuyên tiếp xúc với bạn, đỡ đầu mạng lưới của chính họ – chỉ thực hiện được với điều kiện tuân thủ chặc chẽ những nguyên tắc của hệ thống.** Tất cả những cái đó cần phải là những bộ phận cấu thành hệ thống chung của bạn. Nó phải được sao chép đầy đủ, đó phải là một hệ thống chia thành từng giai đoạn mà bất cứ phân phối viên nào trong tổ chức của bạn, ở bất kỳ cấp bậc nào đều có thể sao chép lại một cách chính xác. Với bạn, một thủ lĩnh, hệ thống luôn phải là cái gì đó rất thiêng liêng.

Thậm chí nếu bạn thay đổi hệ thống một

chút, bạn phải báo cho tất cả các phân phối viên trong tổ chức của bạn biết và cho phép hoặc được thay đổi nó. Cho phép tôi được khuyên bạn đôi lời về việc thay đổi hệ thống như thế nào.

Hãy hình dung là bạn đã đạt được trình độ cao nhất trong Công ty,bạn có 15 thủ lĩnh cấp cao trong tổ chức của mình và bạn quyết định thay đổi hệ thống. Ví dụ, bạn quyết định thay một quyển sách mà trước đây bạn hay dùng bằng một quyển khác. Tôi thì tôi sẽ thông báo về điều này tại hội nghị thủ lĩnh hàng năm hoặc tại các hoạt động hàng năm khác do bạn thường xuyên tổ chức. Trong mạng lưới của tôi, nó được gọi là kỳ nghỉ cuối tuần Kim cương. Đó là một sự kiện mà các phân phối viên phải tự bỏ tiền túi để đến dự. Đó không phải là hoạt động chính thức của Công ty. Đơn giản đó là dịp để tất cả các phân phối viên kim cương tập hợp lại và bán công việc trong bầu không khí thân mật. Bạn có thể dự định một cuộc gặp như vậy cho tất cả 14 hoặc 15 thủ lĩnh có mặt cùng với bạn. Trước đó một thời gian, bạn phải gửi cho mỗi người trong số họ một cuốn

sách mới mà bạn đang giới thiệu. Hãy đề nghị họ đọc cuốn sách trước khi gặp nhau. Khi họ đến dự, bạn có thể thảo luận và đi đến quyết định tương xứng.

Giả sử đã có quyết định thay sách cũ bằng sách mới. Khi đó bạn phải định ngày giờ cụ thể bắt đầu thay đổi. Ví dụ từ ngày 1 tháng 3 hệ thống chính thức chuyển từ cuốn sách “A" sang cuốn “B “. Như vậy, tất cả những ai được bạn đỡ đầu chiều ngày 28 tháng 02 phải nhận được cuốn sách “A". Nhưng bắt đầu từ ngày mồng 1 tháng 3, tất cả những ai được bạn đỡ đầu (ký hợp đồng), đều nhận cuốn sách “B". Bạn phải gửi thông báo này qua hộp thư thoại hoặc nhờ các phương tiện liên lạc khác là bạn sử dụng trong mạng lưới của bạn. **Hệ thống chỉ có thể được thay đổi từ bên trong và khi bạn làm được như vậy, hệ thống của bạn mới bảo đảm được trọn vẹn.**

Hệ thống sẽ bảo vệ thu nhập từ mạng lưới của bạn.

Bây giờ hãy xem, làm cách nào để nguồn

thu nhập của bạn trở nên phong phú thông qua việc đỡ đầu các mạng lưới ở xa bạn ….

XIII

XÂY DỰNG MẠNG LƯỚI NẰM TRÊN ĐỊA BÀN XA

Một trong những câu hỏi đầu tiên mà các nhà phân phối mới của bạn đặt ra cho bạn sẽ là: “Bao giờ anh định tổ chức gặp gỡ ở thành phố N? Ở đó tôi biết rất nhiều người”. Đó là phong cách của người hay “lẫn tránh”. Thay vì xây dựng doanh nghiệp ở thành phố của mình, ngay từ bây giờ, thì họ lại mơ tưởng đến một thành phố xa xôi nào đó, bởi vì nó tạo cớ cho họ có thể trì hoãn.

Bạn và các phân phối viên của bạn phải hiểu được điều sau đây: **Mạng lưới tại địa phương của bạn phải là nguồn thu nhập chính của bạn.** Bạn phải có một tổ chức ở địa phương vững mạnh dồi dào sinh lực, không ngừng tăng trưởng và phát triển. Đó chính là cách xây dựng doanh nghiệp đơn giản và hiệu quả nhất. Khi bạn bắt đầu phát triển tổ chức của mình theo chiều sâu, các nhánh của bạn sẽ lan rộng sang các bang

và các thành phố khác. Đến lúc bạn phát triển sâu đến tầng 8 hoặc tầng 10, bạn đừng ngạc nhiên khi biết rằng tổ chức của bạn đã lan tỏa sang 8 hoặc 10 bang và thành phố khác rồi. Nhưng trước hết bạn phải tạo ra được một tổ chức vững mạnh ở địa phương.

Có nhiều lý do xác đáng để xây dựng tổ chức nằm trên địa bàn xa, nhưng đồng thời nếu làm không đúng sẽ nảy sinh một số khó khăn. Ta hãy cùng thảo luận cụ thể về vấn đề này.

Công tố viên của bang cố gắng quá mức cần thiết, những bài viết tiêu cực trên báo chí, những điều kiện kinh tế bất lợi, bạn mất đi những người chính trong tổ chức, và những thiên tài…đều có thể là những lý do khiến bạn quyết định xây dựng mạng lưới ở những nơi xa đối với bạn. Tất cả những yếu tố nói trên có thể ảnh hưởng xấu đến thu nhập của bạn, nếu bạn chỉ có một nhóm ở địa phương.

Giả sử rằng công tố viên ở bang của bạn hết sức cố gắng vì lý do là ông ta muốn trở thành

thống đốc bang, và ông ta không ngừng tìm cách quảng cáo miễn phí. Ông ta quyết định rằng được đường dễ dàng nhất chính là tuyên bố một cuộc chiến tranh với cái ác – tức là với các Công ty kinh doanh theo mạng và ông ta chọn bạn. Và, trong vòng 2 tuần ông ta tổ chức các cuộc họp báo hàng ngày nhằm công kích vào Công ty của bạn. Theo bạn, liệu những bài diễn văn của ông ta có ảnh hưởng đến thu nhập của bạn hay không, nếu như tối nào trong chương trình tin tức trên ti vi người ta cũng phát những bài phát biểu của ông ấy từ 10 đến 11 giờ? Điều tương tự có thể xảy ra nếu báo chí địa phương quyết định tiến hành nghiên cứu đề tài "Kinh doanh theo mạng – đó là trò lừa bịp" và tên Công ty của bạn sẽ xuất hiện trên trang nhất số báo địa phương trong suốt hai tuần liền. Bạn nghĩ sao, việc đó có ảnh hưởng đến thu nhập của bạn hay không?

Điều gì sẽ xảy ra nếu tổ chức của bạn tại thành phố này chỉ dựa vào hai – ba người, và họ quyết định bỏ tất cả để làm việc khác? Ở đây, tại miền Nam bang Florida, nơi tôi đang sống, một

lúcn ào đó đã phải cần đến vài năm để khôi phục tất cả những gì đã bị cơn lão Endrew phá hủy. Những yếu tố tương tự là những lý do do xác đáng để bạn quyết định bảo vệ mình bằng cách tăng thu nhập nhờ việc tạo tập mạng lưới trên địa bàn rộng.

Trong việc này cũng có cả những điểm hay khác. Nếu bạn cũng giống tôi, thích du lịch, chắc chắn bạn sẽ thích tổ chức các nhóm ở những nơi thơ mộng của đất nước.

Điều đó tạo điều kiện cho bạn đi khắp đất nước (hoặc đi khắp thế giới) và có thêm bạn bè mới. (Đó cũng là cách "chia nhỏ" thuế thành nhiều phần).

Bây giờ phải nói đến một vài điểm yếu. Thứ nhất, cần có thêm chi phí phục vụ cho chuyến đi. Để mời ứng cử viên của bạn đến dự cuộc họp mở tại thành phố của bạn, bạn chỉ cần phải chi tất cả từ 5 đến 10 đô la. Nhưng một chuyến đi một nghìn rưỡi cây số và vài ngày làm việc với tổ chức mới của bạn, có thể phải đòi hỏi

hơn một nghìn đô la

Đó là lý do tại sao **đầu tiên bạn phải tổ chức một mạng lưới đáng tin cậy tại địa phương của mình.** Bạn có thể đầu tư các khoản thu nhập có được từ mạng lưới tại địa phương vào việc phát triển các nhóm ở xa

Lưu ý: Vì thế tôi không khuyên mọi người lập tức bỏ nơi làm việc cũ. Phần đông mọi người muốn làm như vậy ngay khi thu nhập của họ mới đạt được 2-3 nghìn trong một tháng. Tôi gợi ý họ nên đầu tư khoản thu nhập này vào việc phát triển các nhánh ở xa, khi các tổ chức của họ bắt đầu phát triển theo chiều sâu.

Việc này cho phép đồng thời mở rộng nguồn thu nhập, vừa làm tăng thu nhập của họ… Tình thế như vậy sẽ có lợi hơn nhiều, cho phép họ sau này bỏ việc vĩnh viễn

Còn một hạn chế nữa khi các nhánh ở xa là bạn không thể thường xuyên gần gũi họ, không nhìn thấy họ, không thể cùng họ trải qua những

khó khăn và cùng ăn mừng chiến thắng của họ. Trong trường hợp này, hộp thư thoại có thể giúp làm tốt công tác đỡ đầu nhờ điện thoại Fax, hòm thư điện tử hay không? Tôi nghĩ là không

Thành thật mà nói thì ngày hôm nay, các nguồn thu nhập lớn nhất của tôi đều do các nhóm mà tôi đỡ đầu 5-8 năm về trước, qua bưu điện thông thường và nhờ những thông báo quảng cáo. Các nhà phân phối của các nhóm này mới bắt đầu sử dụng điện thoại vào công việc của mình. Thành ra là tôi kiếm ra tiền theo cái cách mà tôi không giới thiệu cho bạn. Tôi không hề giả dối, và tự mình không lặp lại những lỗi ấy. Trong hàng chục, hàng chục các nhóm nằm trên địa bàn xa mà tôi đã đỡ đầu qua điện thoại, chỉ còn lại tám nhóm là vẫn tồn tại và mang lại thu nhập. Ở đây bạn cần phải biết hai điều. Tôi đích thân làm việc với từng nhóm trong số 8 nhóm này, và đến tận nơi một vài lần. Các nhóm này không có khuynh hướng phát triển ổn định. Họ gần như dậm chân tại chỗ và mỗi tháng tuyển mộ bao nhiêu người, thì bấy nhiêu người lại bỏ đi. Phần

đông những thành viên của các hnóm này đều là những người tiêu thụ hài lòng với sản phẩm, họ thường xuyên dùng sản phẩm,nhưng không tích cực xây dựng doanh nghiệp.

Thực tế, phần đông trong số họ đều thích sản phẩm đến mức họ mua thường xuyên, còn xây doanh nghiệp thì họ làm ở các Công ty kinh doanh theo mạng khác. Điều này có thể xảy ra là vì họ đã tìm được ai đó tại chỗ, người có thể trở thành đối tác của họ và có thể giúp họ xây dựng doanh nghiệp. Tôi tự chịu trách nhiệm riêng với tình hình công việc như thế. Và chính bạn cũng có thể thấy rằng **chỉ có những tổ chức bạn trực tiếp làm việc và tiếp xúc mới phát triển ổn định và tự tin. Điều này đúng với các tổ chức tại địa phương cũng như các tổ chức bạn dự định xây dựng trên địa bàn xa.** Lát nữa tôi sẽ dừng lại ở vấn đề này một cách tỉ mỉ hơn. Còn bây giờ hãy chấp nhận là có nhiều lý do phải tổ chức các nhóm trên địa bàn xa, nhưng bạn cần phải tạo cho các nhóm đó có năng lực hoạt động và có thể sao chép kinh nghiệm của bạn.

Một trong những bí mất được giữ kín nhất của kinh doanh theo mạng là: chính các tổ chức nằm trên địa bàn xa là các tổ chức mạnh nhất của bạn. Phần lớn mọi người có ý kiến ngược lại. Họ nghĩ rằng các tổ chức tại chỗ của họ là mạnh nhất, bởi vì ở đó có số lượng phân phối viên đông nhất. Họ có điều kiện thường xuyên gặp gỡ với người của mình. Nhiều người đến gặp họ trực tiếp tại nhà, mua sản phẩm, mượn tài liệu làm việc, thường xuyên gọi điện đến. Trên thực tế đó là tổ chức **phụ thuộc** mạnh nhất của bạn. Bạn sẽ thấy rằng tổ chức ở cách xa bạn 3 nghìn dặm sẽ không gọi điện cho bạn khi họ cần sản phẩm, không ai hỏi vay bộ tài liệu của nhiều phân phối, không ai gọi điện đề nghị bạn tổ chức buổi giới thiệu cho những ứng cử viên có triển vọng. **Tất cả là vì ở cách xa bạn ba nghìn dặm nên họ đã học cách tự lập.** Đây là một trong những ưu thế khi làm việc từ xa – bạn chỉ làm những việc bạn cần phải làm – giữ lại cho mình ít việc hơn

Trước khi tiếp tục hãy định nghĩ thế nào là “nhóm nằm trên địa bàn xa”. Nếu như bạn làm

xong công việc vào lúc 5 giờ chiều, sau đó bạn đến gặp nhà phân phối của mình, là nơi bạn phải tổ chức buổi giới thiệu vào lúc 8 giờ tối, thì đó là nhóm **tại chỗ,** bởi vì 8 giờ tối là thời gian muộn nhất bạn có thể bắt đầu buổi giới thiệu. Như vậy, bạn rời công sở vào lúc 5 giờ và về đến nhà là 1 giờ đêm.

Bạn có thể phản đối "Không đời nào. Về nhà vào lúc 1 giờ đêm. Khi tôi tiếp đi được thì đã là 2 giờ đêm, mà tôi phải dậy đi làm vào lúc 6h30 phút sáng". Vâng, đúng là như vậy, đó có thể chưa phải là phương án thích hợp nhất cho thời gian ban đầu. Thế thì tốt hơn hết bạn phải bắt đầu từ những người sống trong thành phố của bạn. Nhưng nếu xuất hiện một ứng cử viên nghiên túc, sống cách bạn ba tiếng đồng hồ đi ô tô, thì tôi nghĩ rằng bạn nên bỏ thời gian và đến gặp họ. Nên nhớ phải hiểu rằng cũng đáng chịu mất một đêm ngủ không đủ trong một tuần nếu bạn thực hiện được ước mơ của mình. Công sức của bạn sẽ được hoàn đáp đầy đủ.

Nếu như bạn không thể đến gặp ứng cử

viên của mình trong vòng ba tiếng đồng hồ, thì đó gọi là “nhóm nằm trên địa bàn xa”. Nhiều khi để đến với các nhóm, bạn phải bay mất nhiều giờ đồng hồ. Bây giờ tôi sẽ mách bạn công thức làm việc với các nhóm ở xa. Chừng nào chưa thực hiện được đúng công thức này, bạn chưa nên bắt đầu thành lập các nhóm ở xa

Bạn cần sẵn sàng đến với nhóm này ít nhất là hai lần, thậm chí ba lần, trong tháng làm việc đầu tiên của họ. Sau đó bạn phải đến thăm tổ chức này mỗi tháng một lần trong suốt thời gian từ năm đến tám tháng. Bạn lập kế hoạch làm việc y như đối với các nhóm tại chỗ của bạn, chỉ khác là thay tuần bằng tháng. Vậy là, chúng ta đến với nhóm hai lần trong tháng đầy và mỗi tháng một lần trong 5 đến 8 tháng sau. Bây giờ bạn có thể thắc mắc: “Thế tôi làm thế nào mà biết được điều đó có đáng làm hay không? Tôi sẽ phải chi tiết tiền của mình để mua vé, thuê khách sạn, thuê taxi, mua đồ ăn uống. Nhỡ sau này họ không làm việc thì sao?” Sự mạo hiểm chính là ở chỗ đó. Tuy nhiên có cách để làm cho công việc này thực

tế hơn và bớt mạo hiểm hơn

Tôi sẽ không nghĩ đến chuyến đi, nếu như tôi nghĩ rằng người đó sẽ là hạt nhân của tổ chức. Tôi muốn nói đến ý nghĩa thật sự của từ "hạt nhân" – đó là dùng sản phẩm, tổ chức các buổi giới thiệu, tự học tập và tự hoàn thiện, dùng hộp thư thoại, tham dự tất cả các hoạt động diễn ra tại thành phố của mình (nếu có). Người này phải sẵn sàng làm những việc đó. Tôi chỉ lấy vé máy bay đến gặp anh ta sau khi tôi đã cùng với anh ta nghiên cứu hết khóa học mở đầu qua điện thoại, khi tôi biết rằng anh ta có danh sách 100 người, anh ta đã làm mọi công tác chuẩn bị và mọi người sẽ đến dự buổi giới thiệu.

Họ rất cần bạn đến hai lần, mà tốt hơn hết là ba lần, vào tháng đầu tiên. Trong tháng đầu này bạn phải dạy họ biết cách tự tổ chức buổi giới thiệu, bởi vì bạn không thể đến với họ hàng tuần như bạn có thể làm với các tổ chức tại chỗ. Họ phải **nhanh chóng học được cách tổ chức buổi giới thiệu.** Tóm lại, tôi cố gắng đến gặp họ hai đến ba lần vào tháng đầu (thường là vào ngày

nghỉ) và dạy họ tự tổ chức. Đó là kế hoạch cho tháng đầu tiên - tôi dạy họ tự tổ chức buổi giới thiệu

Có thể bổ sung thêm bằng những cuộc trao đổi qua điện thoại. Và, khi bạn kết thúc giai đoạn này, họ đã sẵn sàng tự xây dựng doanh nghiệp. Nhưng họ vẫn chưa đủ tự tin và những kỹ năng để tổ chức buổi giới thiệu thì chưa được tốt. Vì vậy mỗi tháng tôi phải đến một lần. Những cuộc gặp hàng tháng này giúp họ học tập kinh nghiễm của tôi. Nhân dịp này họ có thể tổ chức những cuộc họp lớn có sức thu hút đông đảo mọi người.

Bài phát biểu của người ở thành phố khác đến sẽ gợi sự tin tưởng lớn đối với những ai cho rằng "Bụt chùa nhà không thiêng"

Tôi đặt ra cho mình nhiệm vụ đào tạo các nhà phân phối chuyên nghiệp trong nhóm trong vòng năm đến tám tháng, giúp họ trở thành những thủ lĩnh có trình độ cao, để họ đủ tự tin ở bản thân và ở thành công, để họ tự tiến hành những hoạt động hàng tháng, Chỉ đến lúc đó sự có mặt

của tôi mới trở nên không cần thiết nữa. Nhưng dù sao thỉnh thoảng tôi sẽ đến với họ, có thể là vài lần trong một năm, để làm khách dự những cuộc họp chung và cuộc họp mở của họ, và bằng cách đó thể hiện sự ủng họ đối với tổ chức của mình.

Khi bạn đưa tổ chức ở xa đạt đến trình độ đó thì bạn có thể có thu nhập từ nhóm đó không ít hơn khoản thu nhập bạn thu được từ tổ chức tại chỗ của mình. Nó sẽ hiệu quả hơn nhiều so với nhánh tại chỗ của bạn bởi vì nó cho bạn khả năng đi du lịch khắp trong nước, mà nhiều khi là đi khắp thế giới, giao lưu với những người bạn mới, và cho bạn thêm một nguồn thu nhập độc lập. Bạn sẽ cảm thấy tự tin hơn về mặt tài chính nếu bạn có thu nhập từ các nguồn và các thành phố khác nhau.

Tôi khuyên bạn nên trao đổi ý kiến với các thành viên trong tổ chức của bạn, có thể ai đó trong số họ đã lập kế hoạch gặp gỡ ở thành phố này hay thành phố khác. Có thể ở những thành phố khác, nơi bạn đã có những ứng cử viên, ai đó

trong số các phân phối viên của bạn cũng đã dự định tổ chức hoạt động. Đó chính là cách gây dựng tổ chức nhanh và chắc chắn nhất, bởi vì bạn có thể tiết kiệm được các chuyến đi. Nếu ở thành phố đó người ta dự kiến tổ chức cuộc họp mở "Chéo" lớn thì bạn chỉ phải giới thiệu cho các ứng cử viên của bạn đọc hết khóa mở đầu "Bắt đầu từ đầu", còn sau đó đẩy họ tham gia vào cuộc họp ấy.

Khi bạn vừa có được một vài tổ chức ở các thành phố khác, bạn sẽ phải chuyển sang trình độ làm thủ lĩnh cao hơn và bắt đầu làm công tác tổ chức các hoạt động. Giả sử ở Dallce bạn Jimy - một nhà phân phối chuyên nghiệp trình độ cao, ở Arizone – có Nancy và Ben, ở NewYork - có gia đình Jonson. Mỗi một nhà phân phối đều có một tổ chức của mình ở thành phố quê hương của họ. Họ còn có vài nhóm nhỏ hơn ở các thành phố khác, nhưng ngay tại chỗ họ có các tổ chức lớn. Bạn có thể tạo điều kiện cho các nhà phân phối này luân phiên phát biểu tại các thành phố khác. Như vậy ở mỗi cuộc họp "chéo" mở, lần nào

cũng có người mới tham gia phải phát biểu. Gia đình Jonson phát biểu tại cuộc họp ở Dallace vào tháng giêng và tháng bảy, còn có tháng hai và tháng tám – tại Arizone, các nhà phân phối từ Arizone có thể tham gia phát biểu ở Dallace và NewYork. Bạn cũng có thể tham gia phát biểu tại các hoạt động này một hoặc hai lần trong một năm.

Như vậy các hoạt động của bạn sẽ trở nên thú vị hơn. Mỗi một tháng bạn sẽ có được những người tham gia mới. Mọi người sẽ rất thích đến dự các hoạt động của bạn. Đồng thời họ sẽ học được cách tổ chức của bạn. Ơ đây bạn có thể áp dụng phương pháp chiến lược thủ lĩnh mà chúng ta đã nhắc tới khi bàn về việc lập kế hoạch hoạt động. Khi bạn có vài nhánh ờ các thành phố khác nhau, bạn sẽ phải điều khiển mạng lưới này. Nếu mời các phát biểu viên mới thì bạn luôn thì bạn luôn có thể đưa ra cho mọi người một cái gì đó mới mẻ, hấp dẫn và tươi sáng hơn.

Mạng lưới nằm trên địa bàn xa phải có một tính chất chính – nó phải mang lại lợi nhuận. Bạn

phải coi tất cả những việc bạn làm không phải là chi phí mà là đầu tư. Đầu tư – tức là khi bạn bỏ ra một khoản tiền với tính toán là chúng sẽ quay về với bạn. Còn chi phí – đó là khi bạn thuần túy tiêu tiền. Trước khi đi đâu đó, hãy tính toán tất cả cho kĩ lưỡng.

Tôi không có ý cản ngăn việc bạn đỡ đầu ứng cử viên của mình qua điện thoại, qua fax hoặc qua hộp thư thoại. Hãy bắt đầu bằng việc gửi cho anh ta một lô thử nghiệm, sau đó hãy gọi điện, rồi sau nữa mới đưa thông tin của Công ty và tiến hành giới thiệu qua điện thoại. Nhưng điểm chủ yếu mà tôi vẫn nhắc đi nhắc lại – đó là **đừng xây dựng tổ chức ở xa, nếu như bạn chưa đủ tiền để có thể cho phép mình làm việc đó.** Hãy hình dung là bạn làm việc bằng điện thoại, fax, hộp thư thoại (tất cả những gì tôi nói đến trong cuốn sách này đều có thể áp dụng cho các tổ chức ở xa), ứng cử viên của bạn đã đọc qua giáo trình mở đầu “bắt đầu từ đâu”… hãy yêu cầu ứng cử viên của bạn gửi cho bạn danh sách ứng cử viên của anh ta qua fax,

Lưu ý; Bạn có thể bắt đầu làm việc với họ qua điện thoại. Nhưng dù sao bạn vẫn phải đến gặp họ để họ có thể sao chép kinh nghiệm của bạn.

Bây giờ giả sử bạn sẵn sàng để đi và bắt đầu làm việc với tổ chức của mình tại thành phố khác. Trước tiên tôi thường làm như sau: Để bắt đầu tôi đề nghị người ta gửi cho tôi danh sách ứng cử viên. Tôi muốn biết họ mời những ai đến dự buổi giới thiệu do tổi tổ chức. Tôi sẽ hỏi xem họ đình mời người như thế nào. Tôi đã phải đến dự những buổi gặp gỡ mà tôi biết là họ mời người qua thông báo trên báo hoặc phát tờ rơi trên các đường phố. Theo kinh nghiệm của chính mình, tôi có thể nói rằng phát ra 10-500. 000 tờ rơi mới có ba người đến dự buổi gặp. Khi tôi biết được cách họ chuẩn bị mời người như thế nào, ngay lập tức tôi có thể xác định được là liệu có nên mua vé hay không. Nhưng nếu họ đã cùng tôi trải qua giáo trình mở đầu "bắt đầu từ đâu", đã lập danh sách các ứng cử viên của mình và thực tế họ có được vài người nghiêm túc sẽ có mặt, thì tôi nhất định

sẽ bay đến đón ngay.

Tôi đi vào những ngày nghỉ, bay vào thứ sáu. Tôi đề nghị các ứng cử viên nghỉ phép nếu họ còn đang làm việc. “Để chịu mất một thu nhập bổ sung à? Đúng thế! Nhưng hãy nghe này. Tôi đi máy bay đến gặp bạn. Tôi đã sẵn sàng bỏ ra một hoặc hai nghìn đô la để làm việc với bạn – vậy bạn cũng có thể hy sinh một ngày làm việc.

Tôi đề nghị họ đón tôi ở sân bay. Chúng tôi tiến hành những cuộc gặp “một chọi một” và “hai chọi một”, tôi đào tạo họ. Chúng tôi thường tổ chức một cuộc gặp tại nhà vào chiều thứ sáu. Thứ bảy tôi tổ chức thêm vài cuộc gặp “một chọi một” và “hai chọi một”, tổ chức huấn luyện cơ bản dành cho những người đã ký hợp đồng. Đến chủ nhật, trước khi bay về, chúng tôi tổ chức một cuộc gặp lớn để tập huấn cho người quan tâm đến doanh nghiệp. Mọi việc có thể chưa kết thúc ở đây. Tôi lấy danh sách những người đã ký hợp đồng trong thời gian đó. Khi trở về Maiami, tôi gửi cho họ những tấm bưu thiếp chúc mừng hoặc những bức thư ngắn. Tôi có thể ghi số điện thoại

của những người mới có quan tâm đến doanh nghiệp nhưng chưa sẵn sàng quyết định. Và tất nhiên tôi lên kế hoạch gặp gỡ lần sau. Sử dụng những ngày nghỉ như thế này là một cách đầu tư tốt, nhờ đó bạn có thể có được lợi nhuận trong vài năm, thậm chí trong vài chục năm.

Những ý kiến kết luận về các tổ chức ở xa

Khi bạn có những tổ chức tại chỗ thì đã là tốt. Bạn được chú ý nhiều, bạn cảm thấy mình là người không ai thay thế được, như một người hùng thực sự. Còn trên thực tế chúng ta phải cẩn thận để không tạo ra những tổ chức bị phụ thuộc, vì điều này ảnh hưởng xấu đến phương pháp sao chép. Đối với các tổ chức tại chỗ, cũng như các tổ chức ở xa, chúng ta phải đặt cho mình nhiệm vụ là làm sao không còn việc để làm. Các tổ chức ở xa buộc bạn phải làm việc này có hiệu quả hơn.

CHƯƠNG XIV

HÃY SỬ DỤNG CÁC NGUỒN NHÂN LỰC

QUAN TRỌNG NHẤT CỦA MÌNH

Tôi nghĩ rằng bất cứ người nào trên trái đất này, trừ những người thần kinh kém phát triển, đều có thể xây dựng được mạng lưới kinh doanh theo mạng lớn. Nhưng đồng thời tôi cũng biết rằng nhiều người không bao giờ làm được điều đó.

Điều này có vẻ khó hiểu. Bởi vì nếu nhìn sự vật một cách thực tế, thì ai lại từ chối khả năng mình tự làm chủ bản thân mình,tự sắp xếp thời gian làm việc cho chính mình, tự mình chọn những người mình muốn hợp tác làm việc, không chịu giới hạn trong thu nhập và mỗi tối thiếp đi với tâm niệm là bạn cần cho mọi người?

Như thế thì tại sao không phải tất cả mọi người đều làm nghề này?

Tôi cho rằng; **đơn thuần là vì họ không muốn làm những việc cần thiết để tạo ra thành công của chính mình.** Nói cách khác, họ không muốn trở thành những nhà phân phối

chuyên nghiệp trình độ cao.

Thậm chí trước khi bắt đầu dự án này, tôi đã hiểu rằng cuốn sách về kinh doanh theo mạng của tôi sẽ không được đầy đủ nếu như tôi không đưa vào đó chương “Tự hoàn thiện”. Tôi hiểu là sự tăng trưởng và phát triển mạng lưới của bạn phụ thuộc trực tiếp vào việc bạn tự phát triển như thế nào.

Chân thành mà nói, tôi không biết tại sao lại như vậy. Nhưng tôi biết chính xác là nó đúng như vậy. Mạng lưới của bạn sẽ phát triển với đúng tốc độ phát triển của chính bạn. Bài học này tôi đã phải trả một giá đắt mới có được

Tôi thường nói đùa trong các hội thảo của mình là tôi bắt đầu làm doanh nghiệp này vì ba lý do.

1. Kiếm tiền

2. Kiếm tiền

3. Kiếm tiền

Tất cả mọi người đều cười, nhưng đó hoàn toàn không phải là chuyện đùa. Tôi bắt đầu làm doanh nghiệp này chỉ vì tôi hiểu rằng, với tôi đó là cách làm giàu duy nhất. Và như vậy, tôi bắt đầu con đường danh vọng của mình với mong muốn vụ lợi kiếm được nhiều tiền. Mỗi một bước đi của tôi đều phải mang lại tiền bạc cho tôi. Rốt cuộc tôi chẳng làm được gì cả.

Lúc đó thì tôi chưa nhận ra điều này, nhưng tính ích kỷ và hẹp hòi của tôi làm mọi người xa lánh tôi, và rốt cuộc nó cản trở tôi kiếm tiền. Trái lại, những thất vọng nặng nề, những sự từ chối và thiệt hại về tài chính đã chờ đợi tôi. Nhưng cũng may là những việc đó lại làm cho tôi mở mắt ra.

Những thất bại của tôi làm tôi chịu khiêm nhường hơn và cuối cùng buộc tôi đi đến kết luận là tôi có phải học hỏi ở những người khác. Và quan trọng hơn là: tôi không còn lối thoát nào khác ngoài cách đó, nếu tôi muốn thành công trong lĩnh vực kinh doanh này.

Nhờ vậy tôi bắt mình phải làm quen với những người đã thành đạt ở lĩnh vực kinh doanh theo mạng. Tôi muốn biết "bí quyết" làm doanh nghiệp – tức là cái gì họ biết mà tôi còn chưa biết. Lúc đầu điếu đó khiến tôi lúng túng. Té ra, mỗi thủ lĩnh mà tôi tiếp xúc đều có cách làm riêng của mình. Một số người tổ chức những buổi gặp mặt, một số người xây dựng mạng lưới bằng đường bưu điện, những người khác chỉ tổ chức các cuộc gặp "một chọi một", còn một vài người lại chỉ hạn chế ở việc bán lẻ là chính

Chỉ sau khi nghiên cứu rất lâu thì tôi mới hiểu ra rằng, phần đông những người này không hề có một tí khái niệm gì về việc họ đã thành công như thế nào. Nhưng quan trọng hơn cả là tôi đã rút ra được kết luận rằng mỗi người đó đã đạt được "kiểu" thành công của mình, và không một kiểu nào trong số đó phù hợp với tôi.

Tất cả những người này đều kiếm được khá nhiều tiền, nhưng không ai trong số họ có thể nghỉ việc mà vẫn có nguồn thu nhập thật sự từ tổ chức của mình. Phần đông họ có những tấm séc

lớn, nhưng họ phải làm việc đến 10-14 tiếng trong một ngày. Khám phá này giúp tôi hiểu được ý nghĩa của tính chất sao chép thực sự (và cuối cùng giúp tôi lập được hệ thống sao chéo cho mình). Hệ thống này trong những năm tiếp theo đã cho tôi được hưởng tự do, sự tự do bảo đảm bởi nguồn thu nhập thực sự.

Nhưng hệ thống này không phải là nguyên nhân cơ bản nhất dẫn đến thành công của tôi cũng như thành công của những người làm việc theo hệ thống ấy…

Thành công trong doanh nghiệp này xuất phát từ cái gì đó sâu xa hơn. Từ cái mà tôi đã tìm hiểu được qua những thủ lĩnh tôi quen. Mặc dù mỗi người trong số họ đều có cách tiếp cận riêng của mình đối với doanh nghiệp, tôi phát hiện ra rằng tất cả họ đều có một đặc trưng chung: **Mê say học hỏi và tự hoàn thiện.**

Những người này nghe băng, đọc sách, dự các cuộc hội thảo. Mỗi ngày họ bỏ ra một khoảng thời gian để tự hoàn thiện. Và, càng thành công

lớn bao nhiêu, họ càng chi nhiều thời gian để tự hoàn thiện mình bấy nhiêu.

Đây là một khám phá bát gờ đối với tôi. Cả đời tôi chưa tham dự một hội thào nào. Thậm chí tôi còn không biết là có những hội thảo như vậy. Tôi đọc các tiểu thuyết trữ tình và huyền bí, đọc sách chính trị, mà không hề biết rằng có một loại sách đặc biệt dành để tự hoàn thiện.

Khi tôi bắt đầu tiếp xúc với các thủ lĩnh này, tôi đã nghe nói đến những cuốn sách như "hãy suy ghĩ và làm giàu". Cách đánh thức bạn và tác động đến người khác", "Điều kỳ diệu của những ước mơ lớn". Họ nói về những cuốn sách với vẻ đầy tôn trọng. Với họ, những cuốn sách này dường như là những người bạn cũ mà họ đến thăm mãi không chán. Cuối cùng thì tôi đã tìm ra "bí quyết"!

Đó là điều chung duy nhất ở tất cả những thủ lĩnh đó mặc dù họ có những cách tiếp cận doanh nghiệp khác nhau. Đó là điều mà tôi có thể bắt chước, còn những người của tôi thì có thề sao

chép được.

Tôi hiểu là nếu như trong doanh nghiệp này tồn tại bí quyết, thì nó phải như sau:

Nếu bạn muốn đạt được một địa vị nhất định hoặc mục tiêu nhất định, thì **bạn phải trở thành chính con người có thể đạt được địa vị đó hoặc mục tiêu đó.** Trong con người bạn ẩn giấu những tài năng cần được khám phá. Tất nhiên, tất cả bắt đầu từ ước mơ, còn sau đó bạn phải tạo ra được cho mình cái mà tôi gọi là "cách nhìn 25 nghìn". Điều đó có nghĩa gì? Có nghĩa là mỗi lần bạn quyết định, bạn phải quyết định như thể bạn đang kiếm được 25 nghìn đô la trong một tháng. Ví dụ, bạn quyết định đặt in danh thiếp. Bạn có thể đặt với giá rẻ nhất là 10 đô la, nhưng bạn cũng có thể đặt những tấm danh thiếp hạng nhất mà Công ty của bạn giới thiệu. Nếu như bạn làm được 25 nghìn đô la một tháng, bạn sẽ lựa chọn loại nào?

Khi Công ty của bạn đưa ra những sách vở mới, những tài liệu giới thiệu mới cho các phân

phối viên, hoặc những ca-ta-lô mới, bạn sẽ làm gì? Bạn có quan tâm đến việc bạn sẽ phải cdó được tài liệu mới nhất hay không? Hay vẫn như trước, bạn sẽ vắt đến giọt cuối cùng từ những tài liệu cũ? Bạn sẽ quyết định như thế nào? Nếu bạn làm việc với tổ chức ở xa và nhận thấy là hóa đơn chi phí điện thoại liên tỉnh tăng lên và bạn cần phải quyết định xem có nên đến tận nơi không? Bạn sẽ quyết định ntn, nếu như bạn làm ra 25 nghìn đô la trong một tháng?

Sau đây là bài tập mà nhà kinh doanh theo mạng Tony Regina chỉ cho tôi biết. Ông ta khuyên nên nghĩ đến những người thành đạt nhất trong Công ty bạn. Có thể là bạn chưa bao giờ được gặp họ. Có thể bạn đã nhìn thấy họ ở hội nghị hoặc đã nghe những bài phát biểu trên băng ghi âm của họ, nhưng đó là một trong số những người thành đạt nhất trong Công ty của bạn. Bây giờ bạn hãy tự hỏi: nếu như họ làm những việc mà hiện giờ tôi đang làm, thì họ có đạt được kết quả như ngày hôm nay không? Nói cách khác, họ có đặt những tấm danh thiếp giống như của bạn

không, họ mua bao nhiêu sản phẩm, bao nhiêu tài liệu làm việc, nếu như số buổi giới thiệu họ tổ chức cũng giống như của bạn thì họ có đạt được địa vị mà ngày hôm nay họ đang có không? Nếu như câu trả lời là không, thì khi đó bạn cần phải đánh giá lại những việc bạn làm và những gì bạn thu được. Đó chính là "cách nhìn 25 nghìn"

Tự hoàn thiện mình còn rất quan trọng là vì bạn đạt mức độ thành đạt cao hơn trong doanh nghiệp, bạn sẽ cần đến những kỹ năng khác để hoàn thành công việc. Khi bạn vừa mới bắt đầu, thì kỹ năng nghe là một trong những chỉ tiêu quan trọng nhất mà bạn cần có. Rất ít người biết làm việc này. Đây là việc cần rèn luyện.

Kỹ năng nghe và học hỏi – đó là đòi hỏi đầu tiên bạn cần có cho chặng đường đầu tiên trong doanh nghiệp này. Sự thành thạo trong lĩnh vực này sẽ giúp bạn phát triển hàng loạt những phẩm chất cần thiết tiếp theo - đó là kỹ năng tìm ra ứng cử viên. Điều đó giúp bạn bước lên cấp bậc tiếp theo – trở thành người đỡ đầu. Nếu như bạn đã có một nhóm, thì bạn cần phải học cách dạy người

khác. Việc đó giúp cho bạn dạy những người khác biết cách sao chép kinh nghiệm của bạn. Khi bạn sao chép kinh nghiệm của ai đó, thì bạn cần phải phát triển những phẩm chất khác.

Một trong những phẩm chất đó là lỹ năng sắp xếp thời gian. Sau này, khi nhóm của bạn phát triển thành một tổ chức lớn, bạn cần phải có các phẩm chất thủ lĩnh. Cứ như thế – đến vô tận. Khi bạn đã có một vài phẩm chất thủ lĩnh, bạn sẽ cần đến nhiều phẩm chất thủ lĩnh khác nữa. Có một lần, chúng tôi tham gia vào một chương trình của tạp chí Upline cùng với Richard Brook của Công ty Oxyfresh. Khi đó ông ta có nói một câu có lẽ là quan trọng nhất cho cả chương trình này. Tôi truyền ý lại, bởi vì tôi không nhớ hết từng từ, nhưng thực chất câu nói đó là: Công ty của ông ta – đó là nhà máy sản xuất thủ lĩnh được ngụy trang dưới dạng một Công ty sản xuất các sản phẩm vệ sinh cá nhân.

Đó chính là điều tôi ngụ ý khi nói rằng tự hoàn thiện bản thân là yếu tố cần thiết trong kinh doanh theo mạng. Nhiều người không nhận thức

được đó chính là lợi ích lớn mà họ thu được từ kinh doanh theo mạng. Vâng, tiền bạc là rất tốt, xe hơi rất tốt, du lịch và bè bạn – cũng rất tốt, cũng như tất cả các danh hiệu và cấp bậc, nhưng cái thực sự làm cho doanh nghiệp này khác biệt và cao hơn tất cả những doanh nghiệp khác hẳn một cái đầu – đó là sự phát triển nhân cách. Các phẩm chất thủ lĩnh mà bạn đang tạo ra cho mình – đó là một phần quan trọng của sự phát triển nhân cách này.

Bạn sẽ có kỹ năng quản lý thời gian. Bạn sẽ phải thường xuyên áp dụng những kỹ năng này. Bạn không muốn dùng những công nhân làm thuê, bạn không muốn làm việc giấy tờ nhiều, bạn không muốn bị đau đầu như khi làm một doanh nghiệp truyền thống với doanh số nhiều triệu đô la, thế mà hàng ngày bạn lại đang làm chính một doanh nghiệp với quy mô như vậy. Bạn cần phải rèn luyện những kỹ năng làm giảm nhẹ nhiệm vụ này.

Có lẽ điều tốt nhất bạn có thể áp dụng trong trường hợp này là mỗi ngày đầu tư một

khoảng thời gian nhất định để tự hoàn thiện. Nếu Công ty bạn có những chương trình đại loại như "sổ ghi hàng tháng" hoặc "băng cassette tuần" thì bạn phải tham gia chương trình đó ngay lập tức. Với bạn, tốt nhất là sử dụng những chương trình đã được dãy đỡ đầu của bạn chấp nhận, bằng cách đó, các bạn sẽ tạo nên **cộng hưởng năng lượng** và có thể lãnh đạo mạng lưới của mình. Nếu trong Công ty hoặc tổ chức của bạn không có chương trình như vậy, thì bạn phải lập chương trình riêng của mình. Sau đây là cách tôi làm:

Tôi bắt đầu từ việc bỏ ra mỗi ngày 15 phút tự hoàn thiện. Tôi ghi lại cuốn băng "Bí quyết một ngày sôi động" mà sau này đã trở thành cuốn băng bán chạy nhất. Cuốn băng này giúp tôi tập trung tư tưởng trước khi ra khỏi nhà. Tôi nghĩ rằng một ngày mới của bạn bắt đầu từ trước khi bạn ra khỏi nhà vào buổi sáng. Tóm lại, mỗi ngày tôi dành 15 phút để lập và điều chỉnh những nhiệm vụ của mình, để suy nghĩ xem tôi phải đi đâu và phải đạt được gì, và tôi phải nhớ mình cần gửi bưu kiện cho ai và nói chung là tổ chức những

hoạt động của mình trong một ngày, ngoài giờ làm việc.

Bây giờ tôi phải thú nhận với bạn là việc mỗi ngày nghe băng 15 phút hoàn toàn không đơn giản. Tôi là một trong những người ngủ rốn đến phút cuối cùng, luôn luôn bị muộn, luôn phải nhảy lên xe lửa điện trong khi nó đã chạy, và luôn đi trên đường trong khi lẽ ra mình đã phải đến nơi. Tôi bắt mình mỗi sáng phải nghe băng này để luyện sự tập trung. Ban đầu tôi cảm thấy thật luôn luôn, nhưng sau và ngày tôi nhận thấy mình đã vào khuôn khổ hơn. Tôi có được nhiều thời gian hơn và tôi nên làm được nhiều việc hơn.

Khi nhận thấy mình đã biết dùng thời gian có hiệu quả hơn, tôi bắt đầu dành cho việc tự hoàn thiện 30 phút một ngày. Tôi nghe băng, sau đó ngồi thiền, cầu nguyện, tập thể dục, và làm tất cả mọi việc để rèn luyện lực lượng trí tuệ, thể lực và tinh thần mình. Kết quả là những việc đó làm cho thu nhập của tôi tăng lên gấp đôi. Tôi đã trở thành người làm việc rất hiệu quả, tự tin ở bản thân hơn, hướng đích hơn, và nhiều chuyện

không ngờ đã đến với tôi.

Việc này ảnh hưởng tốt của đến thu nhập của tôi, đến quan hệ của tôi với mọi người, đến trạng thái tinh thần, đã thúc đẩy tôi tiến xa hơn. Hiện nay mỗi ngày tôi thường dành ra 2 tiếng để tập luyện. Những lúc đó tôi không trả lời điện thoại, không mở khi có người gõ cửa và không đi ra khỏi nhà. Tôi cố gắng không tiếp xúc với mọi người chừng nào nhận thức của tôi còn chưa đạt trạng thái cao nhất. Lúc đó sẽ có những chuyện thú vị xảy ra. Khi ra xã hội, tôi bắt đầu thu hút được những người có cùng một trình độ nhận thức với tôi. Một lúc những người có cùng tâm lý nạn nhân như tôi. Bây giờ, khi trình độ nhận thức của tôi cao hơn, tôi đã thu hút được những người có trình độ nhận thức cao hơn.

Thực chất, nhờ có chương trình tự hoàn thiện, tôi đã cải tạo được bản thân mình. Chính tôi thấy thích bản thân mình trước đây, vì thế tôi đã phải thường xuyên, kiên trì hoàn thiện mình. Mỗi ngày tôi cố gắng trở nên tốt hơn hôm trước một chút.

Để trở thành con người hoàn toàn mới, tôi đã phải mất hai năm. Sau đó, mỗi năm tôi lại trở nên hoàn thiện hơn.

Sau đó, để tiếp tục thay đổi, tôi phải mất nửa năm nữa. Tôi đã hoàn toàn cải tạo được bản thân.

Tôi nhận thấy là quá trình tự hoàn thiện cũng phát triển theo cấp số nhân giống như tổ chức của bạn vậy. Khi bạn phát triển, thì cả tổ chức của bạn cũng phát triển theo. Nếu bạn học nói tiếng Đức, thì cả tổ chức của bạn sẽ trở nên tốt hơn. Nếu bạn thành thạo những bài tập luyện yoga, thì điều đó sẽ tác động tốt đến doanh nghiệp của bạn. Nếu bạn tham gia học thêm toán hoặc nghề mộc, hay nghề đan giỏ, thì tất cả những việc đó cũng giúp cho doanh nghiệp của bạn được tốt hơn. **Tất cả những việc làm bạn làm để thoát khỏi vùng tiện nghi quen thuộc đều giúp cho bạn trở nên mạnh mẽ và tốt hơn, và vì vậy doanh nghiệp của bạn cũng trở nên mạnh mẽ và tốt hơn.**

Bây giờ mỗi sáng, tôi vẫn tiếp tục tự hoàn thiện mình. Bạn có thể tự luyện tập vào buổi chiều hoặc vài lần tron ngày. Với tôi, những bài tập buổi sáng thích hợp hơn cả, bởi vì nó làm cho tôi tập trung được và năng động được suốt cả ngày.

Tôi đã phải mất một chút thời gian để hiểu được: thành công đến không phải qua sự thay đổi của những con người trong tổ chức, trong dãy đỡ đầu hoặc trong Công ty của bạn. **Thành công đến là nhờ sự thay đổi của chính bản thân bạn.** Bạn có muốn tổ chức của bạn phát triển năng động và ổn định không? Rất đơn giản. Bạn hãy trở thành một nhân cách phát triển năng động!

CHƯƠNG XV

ĐƯA TẤT CẢ VÀO MỘT CHỈNH THỂ

Tôi muốn chia sẻ với bạn những suy nghĩ của mình về việc liên kết tất cả những phần này thành một chỉnh thể và bắt tay xây dựng một mạng lưới lớn – Cơ chế tạo ra tiền trong kinh doanh theo mạng, của riêng bạn. Nhưng trước hết tôi muốn trao đổi với bạn một cái khác – chúng ta hãy gọi nó là: "bạn không muốn làm gì cho thành công của mình". Vài năm về trước, tôi đã viết một bài báo hài hước và đăng nó trên tạp chí Upline với bút danh "YDNAREGAG"

Với bài báo này, tôi nhận được nhiều nhận xét bình luận hơn tất cả những gì tôi đã viết trong cuộc đời mình. Độc giả tinh ý có thể dễ dàng đoán được là tên của tác giả đã bị viết theo trình tự ngược, và tôi nhận được rất nhiều thư khen ngợi và cổ vũ. Tôi thấy rất vui khi sau đó người ta đã đăng lại bài báo của tôi ít nhất là tại năm hoặc sáu ấn phẩm.

Rất tiếc, nhiều độc giả lại cảm thấy bài báo này như sự thuyết giáo. Họ quanh quẩn đi tìm một Công ty thích hợp, mà quên là có những cách khác. Họ đã bỏ mất quá nhiều thời gian để **chuẩn bị cho quá trình chuẩn bị** đến mức đánh mất đi ý nghĩa chính của việc xây dựng mạng lưới.

Trước khi bạn lập kế hoạch hành động của mình, tôi xin tặng bạn một món quà – đó là "Hướng dẫn thành công trong kinh doanh theo mạng cho kẻ lười biếng"

Hãy thôi làm việc nặng nhọc như vậy. Bạn tổ chức họ tập cùng với nhóm cuả mình, đi dự những cuộc gặp mặt, bỏ nhiều thời gian để nói chuyện với các phân phối viên v. v…thế bạn có nghĩ là thay vì việc đó, bạn có thể bỏ thời gian ấy để ngồi ở nhà, uống nước mát và xem phim nhiều tập trên ti-vi không?

Nếu như bạn muốn làm việc, thì bạn phải ở lại chỗ làm việc cũ. Nhưng bạn đã đến với kinh doanh theo mạng để được ngồi yên và quan sát những người khác làm cho bạn trở thành giàu có

như thế nào. Vậy thì chúng ta hãy thảo luận xem nên làm việc này như thế nào.

Trước hết, bạn phải lựa chọn được Công ty phù hợp. Cũng khó xác định ngay từ đầu, vì thế không nên chọn quá 15 Công ty. Vì những Công ty quá thành đạt đều có đặc trưng là nhanh chóng đóng cửa, nên nếu bạn không có Công ty dự phòng, bạn sẽ nhanh chóng bị mất uy tín trước tổ chức của bạn.

Hãy cố gắng tìm được Công ty nào mà ở đó bạn có thể xây dựng được tổ chức của mình chỉ thông qua thư từ hoặc băng ghi âm, và có thể gửi đến cho những người đã biết thế nào là kinh doanh theo mạng. Những người này đã biết cách gửi bưu thiếp cho những người khác, những người đã có kinh nghiệm trong kinh doanh theo mạng, để bạn không phải mất thời gian đào tạo họ.

Hãy tránh những Công ty bán sản phẩm, mua sản phẩm, hoặc liên tục tổ chức các cuộc gặp gỡ. Nếu như bạn buộc vẫn phải mua và bán

cái gì đó, thì hãy chọn Công ty, mà ở đó bạn có thể mua ngay một lúc để được thưởng ô tô, để đạt danh phẩm đó cho các phân phối viên mới của mình. Tất cả các Công ty đã tồn tại được hơn 90 ngày – đã lỗi thời rồi, hãy tránh xa chúng như tránh bệnh dịch bạch. Hãy cố gắng tìm những "Thằng ngốc" sẽ thay bạn xây dựng mạng lưới cho bạn.

Nếu còn phải tránh thì bạn nên tránh những Công ty xuất bản những tài liệu hay. Bởi vì giá cả của nó sẽ làm bạn sạt nghiệp! Hãy tìm Công ty sử dụng tài liệu photocopy và những băng hình đã gặp ghi đi ghi lại hàng chục lần, điều đó sẽ tiết kiệm được nhiều hơn.

Hãy cố tìm những thủ lĩnh thường xuyên thay đổi Công ty, những người đã một hoặc hai lần bị việc trưởng viện công tố bang đình chỉ hoạt động. Đó là những nhà chuyên nghiệp thực sự, họ biết mình làm. Họ đã thu được nhiều bài học, vì thế bạn sẽ không phải trải qua những gì mà họ đã phải chịu đựng.

Khi bạn chọn được đủ số Công ty, thì bắt đầu **giai đoạn phân tích.** Đây là thời điểm quan trọng nhất trong doanh nghiệp của bạn nên không thể vội vàng. Mà bạn phải nghiên cứu thật kĩ toàn bộ tài liệu về mỗi Công ty mà bạn đã chọn. Sau đó, hãy xem tất cả các băng hình và nghe tất cả các băng ghi âm, và bạn cũng cần phải đến dự tất cả các buổi huấn luyện nữa. Hãy đọc tất cả những cuốn sách của John Kalench, của El lớn và randy gage.

Bây giờ, khi bạn đã biết tất cả về ngành kinh doanh theo mạng, hãy bắt đầu phân tích sơ đồ kinh doanh. Hãy tự tính toán tất cả số tiền hoa hồng Công ty trả để tin chắc là không có sai sót gì. Sau đó hãy tính xem bạn sẽ nhận được bao nhiêu, khi bạn có 20. 000 phân phối viên, 30. 000 và cứ thế lên đến hàng triệu người. Bây giờ bạn đã có kế hoạch cần phải thực hiện. Ví dụ:

Bạn gửi đi 100 bưu thiếp. Có 75 người gia nhập nhóm của bạn. Mỗi người trong số họ lại gửi đi 100 bưu thiếp, lại có 75 người tham gia. Cứ như vậy, đến cuối tháng thứ hai, bạn sẽ có 57000

phân phối viên. Đến tháng thứ ba họ lặp lại quá trình và bạn sẽ có tới 40. 000 phân phối viên. Bây giờ hãy tính tổng số với điều kiện là mỗi người trong số họ mua sản phẩm chỉ với giá 30USD. Hoặc giả sử họ mua sản phẩm chỉ với giá 50USD, sau đó lên đến 70 USD. Sau đó hãy trừ một tỷ lệ nhỏ, bởi vì không phải tất cả họ đều tích cực, bạn sẽ có một bức tranh đầy đủ về thu nhập của mình. hãy gọi điện cho người đỡ đầu của bạn và hỏi xem ông ấy đã ký thêm được ai riêng vào tổ chức của bạn chưa?

Sau khi bạn đã phân tích cẩn thận, đã tính toán và suy nghĩ kỹ cho ít nhất là ba tháng, hãy chuyển sang giai đoạn tiếp theo – giai đoạn **chuẩn bị.**

Trước hết bạn cần thuê một văn phòng lớn nhất có thể được. Hãy tìm một văn phòng có kê đồ đạc sang trọng. Hãy cố tìm bộ bàn ghế giống như của Blake Carrington trong bộ phim truyền hình nhiều tập “triều đại”. Bạn phải chứng minh cho mọi người thấy bạn đang dự định thành công một cách nghiêm túc. Đừng lo ngại gì về giá cả,

hãy nhớ những tính toán của bạn về thu nhập.

Nếu như vợ bạn có "bày tỏ ý kiến" thì hãy giải thích cho cô ấy rằng "đây là một doanh nghiệp nghiêm túc". Đó hoàn toàn không phải như cô ấy tưởng tượng. Nhưng bất luận trường hợp nào, bạn cũng sẽ làm cho mọi người ngẩn tò te khi bạn về nhà trên chiếc xe Roll Royce mới.

Hãy treo các văn bằng, các chứng chỉ và những dấu hiệu đặc biệt khác ở những chỗ trang trọng nhất trong văn phòng của bạn. Hãy cho mọi người hiểu rằng kinh doanh theo mạng- đó là cái gì đó đặc biệt, và để tham gia vào đó, cần phải là một nhà chuyên nghiệp có trình độ cao. Ngoài ra, các nhà phân phối của bạn phải thấy ở bạn một người hùng mà họ cần phải kính nể.

Bây giờ bạn phải chuyển sang giai đoạn quan trọng tiếp theo – **giữ gìn tài liệu cho người mới bắt đầu.** Đó là giai đoạn rất quan trọng!!!

Hãy đóng bìa thật chắc chắn cho bản copy của bạn. Hãy kiểm tra là nó đủ chắc chắn, chứ

nếu như bạn đánh mất một trang thì bạn biết làm sao?

Sau khi bạn đã đóng bìa chắc chắn, hãy đặt mỗi trang sách của bạn vào bìa cứng plastic. Chứ không, nhỡ ra có bàn tay đoản vị của ai đó làm đổ cà phê lên đó thì cả tiền đồ của bạn trong kinh doanh theo mạng coi như đi tong!

Khi bạn đã giữ gìn xong bộ sách giáo khoa dành cho phân phối viên của bạn, bạn có thể bắt đầu đặt mua những đồ dùng văn phòng, danh thiếp, bưu ảnh v. v…hãy mua cho mình cái cặp sách mới, cuốn sổ nhật ký, máy gọt bút chì chạy điện và thay đổi toàn bộ quần áo. Bạn còn cần phải mua một hệ thống máy tính đầy đủ để có thể sản xuất bản tin thường kỳ. Dù thế nào thì bạn cũng không được để cho mọi người thấy bạn đi chiếc xe cũ của mình, mà hãy thuê xe Lincoln, và đi cho tới khi nào bạn nhận được phần thưởng làm ột chiếc xe ô tô mới. Nếu lương của vợ bù thêm chưa đủ, hãy dùng thẻ tín dụng.

Việc tiếp theo bạn phải làm – đó là nghiên

cứu kỹ bài giới thiệu của người đỡ đầu của bạn và hãy tìm xem điểm yếu trong đó là ở chỗ nào. Hãy tự viết ra bài giới thiệu độc nhất vô nhị của bạn để rồi hàng tuần bạn có thể thay nó đi. Hãy chuẩn bị những băng cassette, những cuốn sách, tài liệu giảng bài riêng của mình. Sử dụng những tàil iệu riêng của chính mình bao giờ cũng tốt hơn những cái mà Công ty bạn giới thiệu, hơn nữa, đó chính là bài tập tốt để phát triển khả năng sáng tạo của bạn. Cần phải nêu tấm gương đó cho các nhà phân phối của bạn. Bạn muốn tạo ra các thủ lĩnh. Thế thì đừng ngủ gật!

Chỉ sau khi bạn đã trải qua những giai đoạn này, bạn mới sẵn sàng nói chuyện với mọi người về doanh nghiệp. Nếu bạn muốn đỡ đầu cho ai đó trước khi quá trình 4-6 tháng này kết thúc, thì người ta có thể đặt ra cho bạn câu hỏi mà bạn không thể giải đáp, và họ sẽ mất tin tưởng ở bạn. Đáng tiếc là đến lúc bạn đạt được giai đoạn này thì một vài Công ty trong danh sách của bạn đã kịp phá sản. Đừng thất vọng. Thế bạn đã chọn các Công ty dự phòng để làm gì?

Bây giờ bạn đã sẵn sàng **gửi bưu thiếp cho những người lạ.** Dù thế nào cũng không được nói về doanh nghiệp với người quen, nhà hàng xóm hoặc với những người thân của bạn. Tất cả bọn họ đều là những người đa nghi và thành đạt! ngoài ra, bạn hãy nghĩ đến việc bạn cần bao lâu để dạy họ. Cứ để họ nhìn thấy sau một tháng bạn sẽ kiếm được bao nhiêu tiền và tự do sẽ mò đến gặp bạn và đề nghị bạn cho họ ký hợp đồng. Hãy lập danh sách những chuyên gia MLM với trình độ học vấn hoàn hảo, chuyên chạy qua chạy lại giữa các Công ty – và hãy gửi cho họ 100 tấm bưu thiếp!

Khi 75 phân phối viên đầu tiên ký hợp đồng, bạn có thể chuyển sang giai đoạn nổi tiếng. Bởi vì những kẻ tiểu nhân này không hiểu được những nhiệm vụ bạn đặt ra cho bản thân, cho nên bạn phải khích lệ cho họ bằng cách nào đó. Hãy chụp lại một vài tấm séc lớn của những nhà phân phối thành đạt và đưa cho họ xem.

Vấn đề khó khăn lớn nhất mà bạn sẽ phải đương đầu là phần đông trong số họ là những

người lười biếng và chậm phát triển. Họ muốn hiểu hết mọi việc và thông thạo tất cả thay vì làm ra tiền cho bạn. Họ nghĩ là tiền mọc trên cây, chứ họ không có khái niệm kiếm tiền là gì.

Hàng ngày hãy gọi điện cho họ và kiểm tra họ có ký thêm được người nào nữa không. Hãy cho họ hiểu rằng nếu họ muốn làm ra tiền, thì họ phải nhấc đít khỏi ghế. Cuối mỗi tháng hãy gọi điện cho từng phân phối viên và nhắc họ là phải đặt mua sản phẩm, kẻo bạn sẽ không được nhận séc. Hãy cho họ hiểu là nếu họ không xây dựng tổ chức thì bạn sẽ tuyển người mới, chỉ cần bạn gửi bưu thiếp.

Nếu như đại đa số những nhà phân phối của bạn làm việc không hiệu quả, thì có thể do hai nguyên nhân. Hoặc là các chương trình của bạn đã lỗi thời và cần phải đổi mới, hoặc là chúng không còn phù hợp với trình độ của bạn. Bất cứ trường hợp nào bạn cũng phải vứt chúng vào sọt rác và nghĩ ra cái gì đó đáng giá. Hãy để cho những người không thành đạt tham gia những chương trình đó. Một nhà chuyên nghiệp như bạn

không cò thời gian để tham gia chương trình này – vì bạn cần phải làm giàu!!!

Bạn có muốn thực tế mọi việc đơn giản như vậy không? Nhưng thực ra trong doanh nghiệp này chẳng có gì phức tạp cả. Nếu bạn có ước mơ tha thiết, nếu bạn sẵn sàng học tập và sẵn sàng lao động 7-10 giờ/1 tuần để thực hiện ước mơ của mình thì bạn có thể thành công được trong kinh doanh theo mạng.

Bạn có thể là tiến sĩ triết học, mà cũng có thể thậm chí chưa tốt nghiệp phổ thông trung học, như tôi chẳng hạn. Có thể bạn có một hòm tiền, mà cũng có thể bạn phải đi vay tiền để bắt đầu doanh nghiệp, giống như tôi đã làm.

Bạn có thể nghiên cứu sơ đồ kinh doanh, tìm hiểu ngành kinh doanh và làm việc cần mẫn, nhưng rốt cuộc thì chỉ có vấn đề **“Bạn là ai” và “Bạn sẽ làm gì” là có ý nghĩa.**

Không hiểu bạn có tin hay không, nhưng cơ may không phải là ở Công ty và không ở doanh

nghiệp. **Cơ may là ở chính bạn.** Công ty của bạn và ngành kinh doanh theo mạng – đơn giản đó chỉ là phương tiện để bạn thể hiện mình và những khả năng tiềm ẩn của mình.

Bản thân bạn là khả năng, nhưng bạn phải có các bước đi đúng đắn thể hiện nó. Trên con đường này, rất dễ chệnh hướng hoặc sa vào bẫy phân tích quá tỉ mĩ. Nhiều người trong chúng ta có xu hướng trở thành nạn nhân của cách tư duy này. Nhưng sự thật, kinh doanh theo mạng – đó là kiểu kinh doanh đơn giản, là hệ thống phân phối lý tưởng, và phương tiện tốt để phát triển nhân cách và thực hiện những mục tiêu của mình.

Ô tô mua được, ngôi nhà ước mơ được xây dựng, nhiều người đã trở thành triệu phú – tất cả những chuyện đó rất nhiều, không thể kể xiết. Nhưng cái quan trọng hơn là biết bao gia đình đã được ủng hộ và bảo toàn, khi vợ chồng làm việc bên nhau để đạt mục đích chung! Biết bao nhiêu cha mẹ lại có khả năng tự giào dục con cái, thay vì phải trả tiền để người khác làm việc đó!

Có bao nhiêu triệu người chưa một lần trong đời làm nhà phân phối mà đã cải thiện được tình hình của mình nhờ sản phẩm của các Công ty kinh doanh theo mạng? Có bao nhiêu người đã giải quyết được các vấn đề trọng lượng thừa, tiêu hóa, phục hồi năng lượng cơ thể mình hoặc đơn giản là tiết kiệm tiền thanh toán điện thoại bằng cách tìm được biện pháp sử dụng tiền tốt hơn không?

Có bao nhiêu người có được khả năng làm việc từ thiện, bởi vì họ có tiền và được tự do nhờ kinh doanh theo mạng? Ngài Tổng thống mới, ông tiến sĩ tìm ra loại thuốc chữa được căn bệnh hiểm nghèo, hoặc nhà thiết lế con tàu vũ trụ – cũng có thể ai đó trong số họ được học tập bằng những đồng tiền kiếm được trong kinh doanh theo mạng hôm nay

Đương nhiên, hàng chục nghìn người làm doanh nghiệp này vẫn không phát tài được nhờ kinh doanh theo mạng. Tôi hiểu điều này. Tôi tin chắc trong kinh doanh theo mạng tiềm ẩn một tiềm năng lớn. Và mỗi một người phải tự quyết

định – tiếp nhận nó hay không. Nhưng nếy người ta tìm được loại sản phẩm tác động tích cực đến sức khỏe của họ, nếu họ liên kết được với những người khác có cùng chí hướng, có cách cảm nhận tích cực, thì cuộc đời của chính họ đã trở nên tốt hơn.

Đa số mọi người rất hài lòng và thu được ích lợi do dùng sản phẩm, một số người được giúp phát triển cá nhân, còn đối với những người kiên trì nhất thì doanh nghiệp này sẽ đưa họ tới giàu sang.

Tôi hy vọng bạn sẽ đạt được cả 3 tiêu chuẩn. Chính vì điều đó mà tôi đã viết cuốn sách này. Để chia sẻ những suy nghĩ của mình về những điều mà tôi biết chắc chắn. Bạn thực sự có thể xây dựng được tổ chức lớn mạnh, phát triển theo cấp số nhân, nếu như bạn tuân thủ các bước mà tôi đã miêu tả trong cuốn sách này. Kinh doanh theo mạng và hệ thống mà tôi đã trình bày ở đây – không phải là điều gì mới lạ. Và tất cả đều đã được chứng minh ở khắp mọi nơi. Tôi đã tổ chức hội thảo về những nguyên lý cơ bản của doanh

nghiệp tại Scopie (Macedonia), hội thảo về tính cách thủ lĩnh ở Zagreb (Croatia), tập huấn ở Nassau (quần đảo Bahama) và những cuộc gặp ở Lublian (Slovenia), chưa kể đến hơn 40 bang của Mỹ và các tỉnh ở Canada. Hàng nghìn người đã làm được việc đó. Hàng triệu người hiện đang làm việc đó.

Các nguyên tắc ở mọi nơi đều giống nhau. Nguyên tắc không bị cản trở bởi văn hoá, kinh tế, và thời gian. Sức mạnh của ước mơ – đó là một trong những động lực thúc đẩy mạnh mẽ nhất. Nếu đem so sánh với nó thì những máy phát điện, các nhà máy điện nguyên tử, bom nguyên tử chỉ có sức mạnh cực nhỏ.

Trở ngại duy nhất – đó là hãy phân tích trách nhiệm. Những trách nhiệm xứng đáng với bạn và bạn sẽ làm tất cả để đạt được những mục tiêu đề ra, khoản đầu tư thứ hai là thời gian. Tất nhiên để tìm ra 7 đến 70 tiếng rảnh rỗi trong một tuần không phải là đơn giản. Nếu việc đó mà đơn giản thì ai cũng làm. Nhưng nếu bạn tự nhủ: “Mình sẽ làm việc này sau khi tốt nghiệp phổ

thông" hoặc "sau kỳ nghỉ phép" thì bạn đã tự lừa dối mình. Nếu bạn thực sự tin rằng mình xứng đáng làm việc này thì bạn sẽ hành động ngay bây giờ.

Tôi biết là để tìm được thời gian, bạn phải hy sinh cái gì đó. Nhưng tôi nghĩ rằng bạn có thể hy sinh 2-4 năm trong đời để tìm thấy tự do cho cả cuộc đời bạn – đó là khoản đầu tư có lợi.

Hãy làm ơn đừng nói là bạn không thể làm được việc này vì vướng trẻ con. Chính vì chúng mà bạn cần làm doanh nghiệp này. Nên bỏ ra mỗi tuần một buổi tối trong suốt hai năm để sau này ngày nào bạn cũng được ở bên cạnh chúng, cùng với chúng đến xem những vở kịch diễn tại trường, những trận bóng đá và những trò chơi khác.

Và tinh thần cũng không phải là lý do. Tôi có thể thú nhận với bạn là chính tôi cũng đã bỏ một vài thánh lễ buổi tối và chủ nhật. Khi đó tôi đang đi trên đường. Tôi tự làm lễ. Bởi vì theo tín ngưỡng của tôi thì trong sự nghèo đói chẳng có sự

cao quý tinh thần nào. Chúng ta dạy rằng nghèo đói – đó là tội lỗi. Tôi nghĩ rằng – Đấng tạo hóa của chúng ta cũng muốn bạn mạnh khỏe, hạnh phúc, thịnh vượng – đó là quyền của bạn từ khi được sinh ra.

Bây giờ đã giàu có, bởi vì tôi đã lựa chọn trên bước đường của mình. Và biết không? Hiện nay tôi tự tổ chức những thánh lễ, tôi là chủ tịch hội đồng bảo hộ, tôi làm công đức cho nhà thờ nhiều hơn bất cứ ai khác. Tất cả đã xảy ra như thế, bởi tôi đã sử dụng tinh thần của mình không phải để thanh minh và không làm việc, mà như một lý do để làm việc tích cực.

Khoản đầu tư thứ ba – là tiền. Tôi nghĩ là ngày nay khó mà tìm được đầu tư nào có lợi hơn là đầu tư vào kinh doanh theo mạng. Nhưng dù sao ở đây bạn vẫn phải đầu tư.

Và còn một điều nữa. Đây không phải là đầu tư nhưng dù sao thì cũng vẫn là đầu tư. Đừng sống tách rời doanh nghiệp của bạn, nếu như bạn muốn được thành công lớn. Công việc của bạn

phải được đặt lên hàng đầu, và mặc dù không dễ chịu lắm khi phải nghe thấy lời sau: bạn sẽ phải đầu tư phần lớn số tiếm kiếm được vào doanh nghiệp của bạn. Cũng như trong các lĩnh vực khác, sự hy sinh ở giai đoạn đầu có thể đem lại lợi nhuận cao cho bạn về sau. Nguyên tắc của kinh doanh theo mạng là triển vọng hậu trưởng. Hãy tự đầu tư 2-4 năm và bạn sẽ được hưởng thù lao cả đời.

Và, cuối cùng, bạn hãy là tấm gương cho mạng lưới của mình. Hãy làm việc kiên trì, hãy giúp người của bạn, hãy sử dụng sản phẩm, hãy vui lên! Hãy là tấm gương hoàn thiện nhân cách và phẩm chất đạo đức cho mọi người trong mạng lưới của bạn. Bạn biết tại sao không? Bởi vì người của bạn sẽ theo gương bạn!

Bất cứ quyết định nào liên quan đến doanh nghiệp của bạn, hãy đặt ra cho mình câu hỏi đơn giản: “Liệu nó có đưa ta xích gần đến ước mơ của mình không, hay ngược lại, làm cho ta ngày càng xa nó hơn?”

Bạn phải sẵn sàng trả giá cho việc đó – nghĩa là bạn phải hành động. Xây dựng một mạng lưới lớn – không phải dễ, nhưng làm việc đó thật đơn giản. Hàng ngày bạn phải kiên trì, không ngừng tiến lên phía trước, vươn tới ước mơ của mình. Nếu như bạn thường xuyên bảo đảm sự luân chuyển Bộ tài liệu giới thiệu, tập luyện tự hoàn thiện, đến dự các hoạt động, học và luôn tổ chức 2-3 buổi giới thiệu trong một tuần – thì nhất định bạn sẽ thực hiện được ước mơ của mình.

Tôi viết cuốn sách này để giúp bạn thực hiện ước mơ ấy. Tôi không theo đuổi mục đích thay đổi bạn, tôi muốn giúp bạn tìm ra và khám phá những điều thực tế đang tiềm ẩn trong bạn. Người bạn của tôi, hãy tưởng cuộc hành trình! Tấm thảm bay đã sẵn sàng lên đường vào một chuyến du lịch đầy thú vị!

MỤC LỤC